

日本マス・コミュニケーション学会

2018年度秋季研究発表会プログラム

個人・共同研究発表要旨

ワークショップ・テーマの要旨

2018年10月20日（土）

会 場：駒澤大学

I. 2018年度秋季研究発表会のご案内

1. 2018年度秋季研究発表会のご案内

日本マス・コミュニケーション学会 2018年度秋季研究発表会を別記の通り開催いたしますので、ご参集のほどお願い申し上げます。

2018年9月21日

日本マス・コミュニケーション学会会長 佐藤 卓己
同 企画委員長 大谷奈緒子
同 企画副委員長 鈴木 秀美
同 企画副委員長 渡邊 久哲

2. 2018年度秋季研究発表会プログラム

期 日：2018年10月20日（土）

会 場：駒澤大学（〒154-8525 東京都世田谷区駒沢 1-23-1）

03-3418-9291（深澤弘樹研究室）

個人・共同発表、ワークショップ、受付（種月館（3号館））

会員控室（3号館2階212教室）、大会本部（3号館6階211教室）

理事会（3号館6階604教室）

大会事務局（連絡先）：深澤弘樹研究室（第1研究館4階1401）

Tel: 03-3418-9291

E-mail: hirofuka@komazawa-u.ac.jp

●研究発表論文集（発表予稿集）のオンライン公開について

個人・共同研究発表の研究発表論文集（予稿集）の公開サイトは、以下のURLです。

<http://mass-ronbun.seesaa.net/>

日本マス・コミュニケーション学会のホームページ <http://www.jmscom.org/> からもリンクが貼られています。2018年度秋季研究発表会の研究発表論文は9月28日（金）から上記サイトで公開の予定です。

10月20日(土)

9:00 受付開始(種月館(3号館)エントランス)

10:00 開会

<午前の部>

10:00~12:00 個人・共同研究発表

A会場(205)

司会者:米倉律(日本大学)

10:00~10:30 公共放送における「声なき声」の活性化

—NHK教育の福祉番組『ハートネットTV』を検討事例として—

田中瑛(東京大学大学院 院生)

10:30~11:00 テレビ放送におけるセルフドキュメンタリーの実践

—NHK BS「極私的ドキュメント につぼんリアル」シリーズの自己表象を中心—

中根若恵(名古屋大学大学院 院生)

11:00~11:30 抑制から文化へ

—映像メディアに見るイルカ漁のメディアフレームとその変遷—

ジェイ・アラバスター(アリゾナ州立大学)

11:30~12:00 テレビ・ドキュメンタリーが社会にもたらす影響

—テレレポート TBS6「ベビーホテル」を事例として—

浅野麻由(ドキュメンタリージャパン)

B会場(206)

司会者:竹川俊一(立命館アジア太平洋大学)

10:00~10:30 ネットニュースと新聞の内容分析と比較検討

—J-CASTニュースと『朝日新聞』、『読売新聞』の1面と見出し記事の内容分析から—

鈴木規史(上智大学大学院 院生)

10:30~11:00 問題解決模索型ジャーナリズムという新潮流

—市民に多角的な視点を提供する日米欧の民主主義実践を事例に—

清水麻子（東京大学大学院 院生）

11:00～11:30 この研究発表は、発表者のやむを得ない事情によって中止されました

11:30～12:00 計量テキスト分析による地方紙社説の独自性の検証

金子智樹（東京大学大学院 院生）

C 会場（705）

司会者：北出真紀恵（東海学園大学）

10:00～10:30 この研究発表は、発表者のやむを得ない事情によって中止されました

10:30～11:00 テレビの「語り」に関する一考察

ーインタビュー番組における司会者とゲストのコミュニケーション分析からー

鹿島千穂（和洋女子大学）

11:00～11:30 バラエティ番組における田嶋陽子のフェミニズム実践と社会的背景

ー田嶋本人、制作者・共演者への聴き取り調査からー

斉藤正美（富山大学）

11:30～12:00 リタイア世代の「利用と満足」

ーメディアは社会活動を代替するのかー

小寺敦之（東洋英和女学院大学）

D 会場（706）

司会者：佐藤友紀（日本民間放送連盟）

10:00～10:30 芸能プロダクションとマーケティング

ーアイドルマネジメント責任者の外部要因と内部要因の認識を例にー

濱田俊也（京都大学大学院 院生）

10:30～11:00 日本におけるマス・メディア倫理とジャーナリストの養成

ー欧米メディア教育モデルから新たなモデルの試みー

アルン・プラカシュ・デソーザ（上智大学大学院 院生）

11:00～11:30 インターネット利用に関するリテラシー教育について

吉武希（上智大学大学院 院生）

<昼の部>

12:20～12:50 会長・開催校挨拶（3号館2階207教室）

12:50～14:00 理事会（3号館6階604教室／昼食を用意します）

○ワークショップ打ち合わせ（各ワークショップ会場／昼食を用意します）

○昼食について

- ・学内の学生食堂（3号館1階）が利用できます。
- ・3号館1階にコンビニがあります。
- ・キャンパス外、駒沢大学駅周辺にも飲食店があります（徒歩5～10分）

<午後の部>

14:00～17:00 ワークショップ

ワークショップ1（602）

「フェイクニュース」時代のメディア・リテラシー教育を考える

司会者：藤代裕之（法政大学）

問題提起者：耳塚佳代（日本ジャーナリスト教育センター）

（企画：耳塚佳代会員）

ワークショップ2（605）

中国語ソーシャルメディアの分析手法

ー変化する中国メディアをどのようにとらえるかー

司会者：細貝亮（世論総合研究所）

問題提起者：于海春（早稲田大学大学院 院生）

問題提起者：工藤文（早稲田大学）

（企画：工藤文会員）

ワークショップ3（701）

日本のテレビは、第二次世界大戦をどう“記憶”してきたか

司会者：杉山あかし（九州大学）

問題提起者：コルドバ・アロジョ・エステバン

（九州大学大学院 院生）

討論者：松岡智文（九州大学大学院 院生）

（企画：杉山あかし会員）

ワークショップ4 (702)

新たな環境のもとでのメディア表現とジェンダー

司会者：林香里（東京大学）

問題提起者：村田玲子（ビデオリサーチ）

討論者：田中東子（大妻女子大学）

（企画：田中東子会員）

ワークショップ5 (704)

やくざ映画におけるジェンダー・イメージ

司会者：谷本奈穂（関西大学）

問題提起者：東園子（京都産業大学）

討論者：福間良明（立命館大学）

（企画：メディア文化研究部会）

ワークショップ6 (809)

プラットフォーム展開で変わるローカル放送局と地方紙

—交錯するメディアの未来は—

司会者：井上裕之（日本放送協会）

問題提起者：関谷道雄（日本放送協会）

討論者：長井展光（毎日放送）

（企画：放送研究部会）

ワークショップ7 (811)

メディアを横断する〈戦記〉

司会者：山本昭宏（神戸市外国語大学）

問題提起者：佐藤彰宣（立命館大学）

討論者：赤上裕幸（防衛大学校）

（企画：メディア史研究部会）

ワークショップ8 (812)

ジャーナリズムの現場におけるハラスメントの問題

司会者：水島宏明（上智大学）

問題提起者：横田由美子（ジャーナリスト）

討論者：四方由美（宮崎公立大学）

（企画：ジャーナリズム研究・教育部会）

ワークショップ9 (910)

ネット右派の歴史社会学

司会者：土橋臣吾（法政大学）

問題提起者：伊藤昌亮（成蹊大学）

討論者：辻大介（大阪大学）

（企画：ネットワーク社会研究部会）

ワークショップ10 (911)

観光理論を再考する：疑似イベントから聖地巡礼まで

司会者：村田麻里子（関西大学）

問題提起者：岡本健（奈良県立大学）

（企画：理論研究部会・企画委員会共同企画）

ワークショップ11 (202)

ヘイトスピーチの現状と法規制の問題

司会者：藤森研（専修大学）

問題提起者：石橋学（神奈川新聞）

討論者：別所直哉（ヤフー）

（企画：メディア倫理法制研究部会・企画委員会共同企画）

Workshop 12 (203)

Evaluating the Internationalization of Media and Communication Studies in Japan

Moderator: Takesato WATANABE (Doshisha University)

Presenter: Gabriele HADL (Kwansei Gakuin University)

Presenter: Makoto SAKAI (Bunkyo University)

Discussant : Seongbin HWANG (Rikkyo University)

(Planned by International Committee)

17:15～19:15 懇親会（3号館種月館1階食堂 Kitchen 駒膳）

一般会員 6,000円（当日 7,000円） 院生会員 4,000円（当日 5,000円）

※院生の登壇者は懇親会費無料

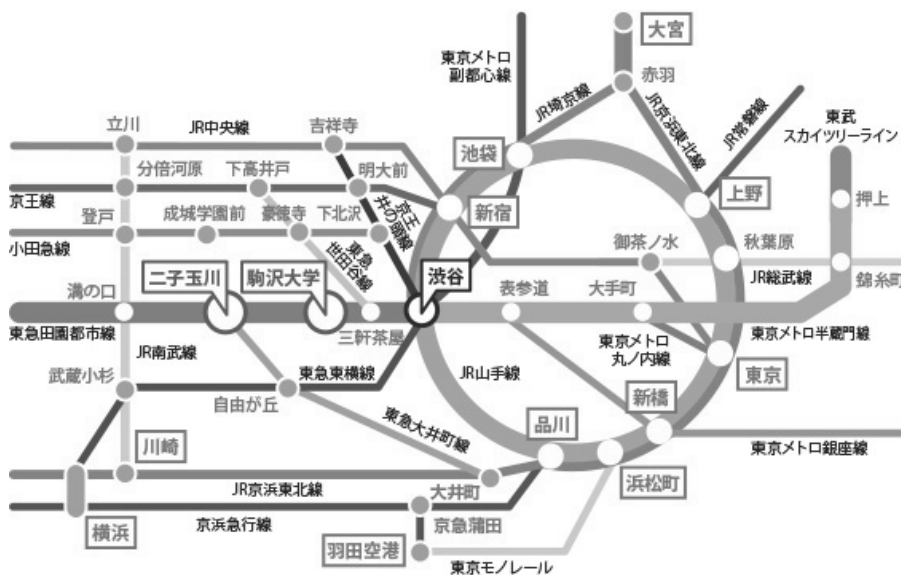
3. 会場案内

◎アクセス

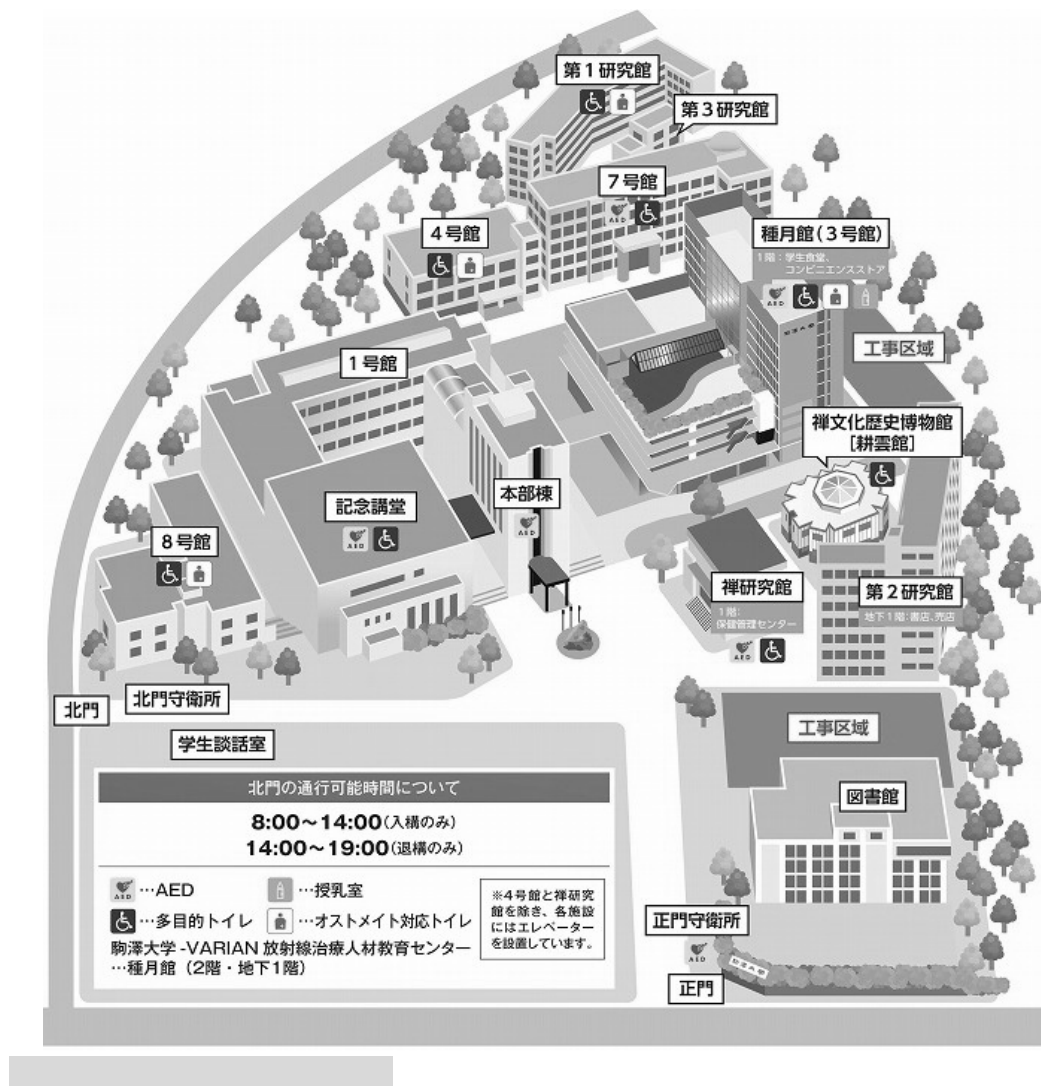
●東急田園都市線「駒沢大学」駅下車し、「駒沢公園口」出口から徒歩約10分。

「駒沢大学」駅.....東急田園都市線「渋谷」駅より約7分（準急または各駅停車をご利用ください）

※学内および近隣駐車場等が極めて少ないため、来学の際は、公共交通機関をご利用ください。

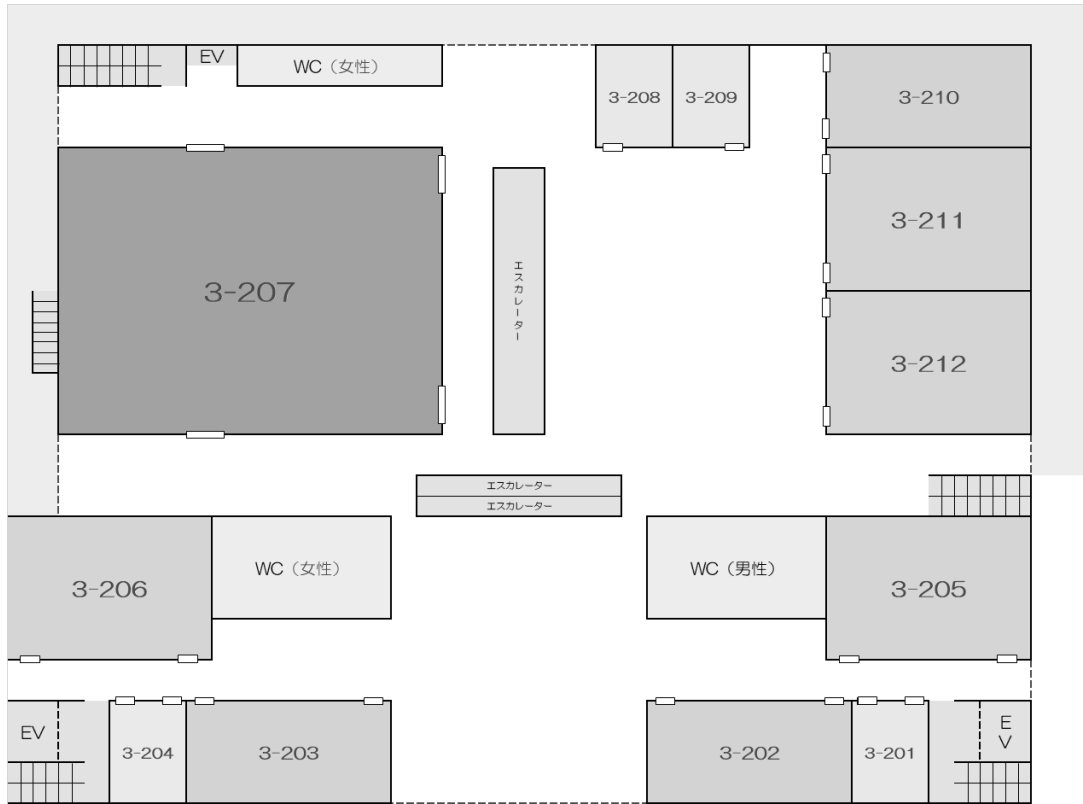


◎キャンパスマップ

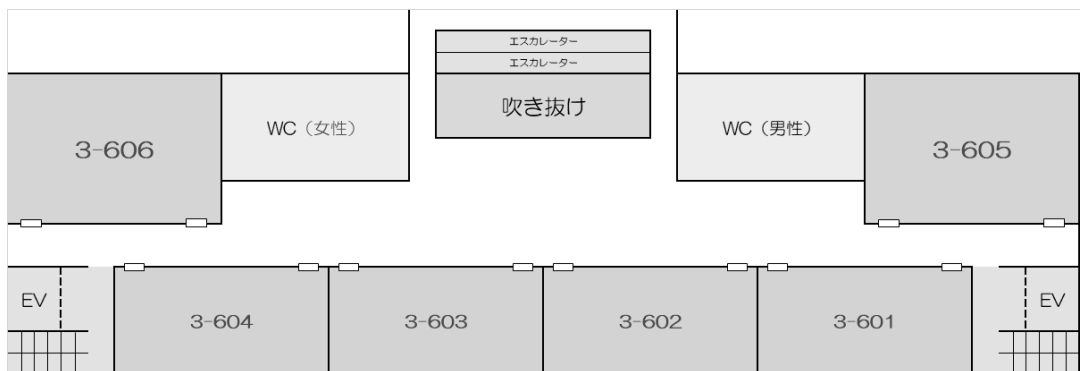


4. 会場配置図

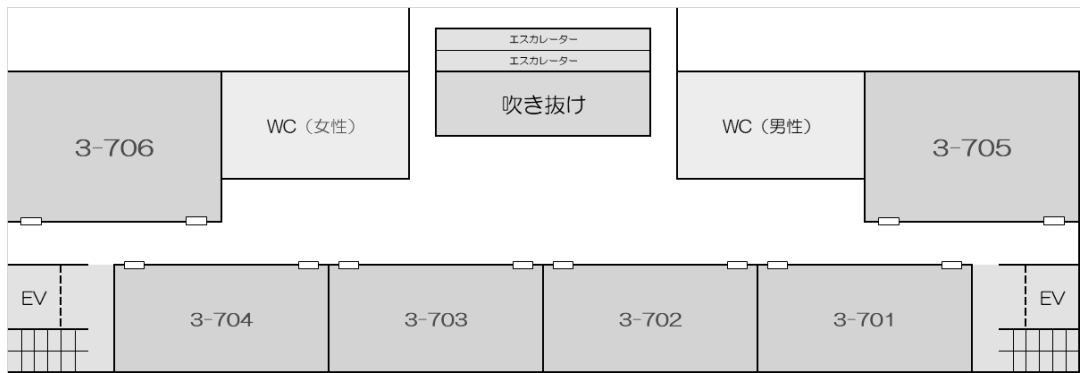
3号館2階



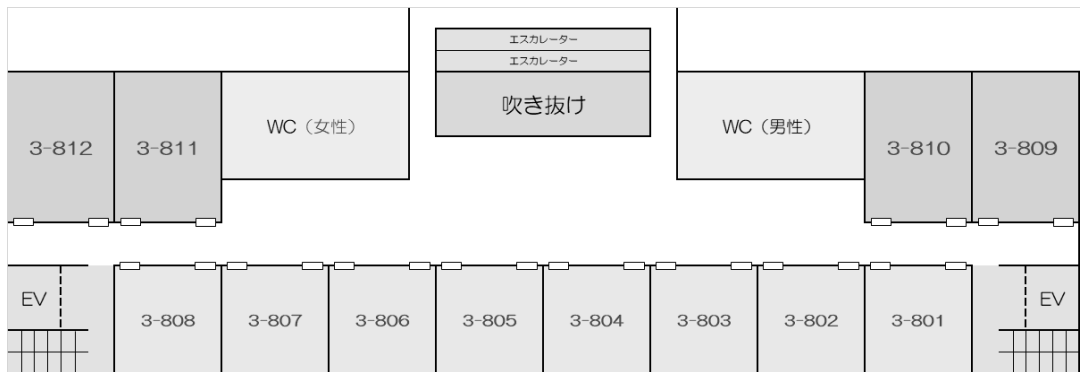
3号館6階



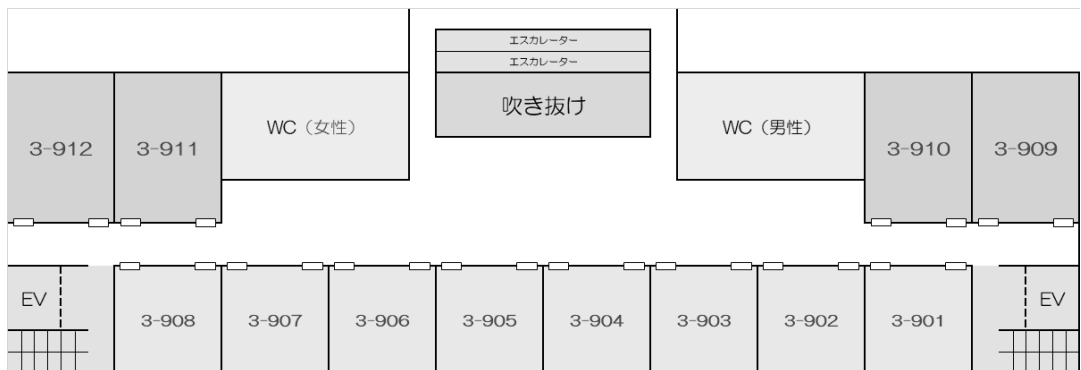
3号館7階



3号館8階



3号館9階



5. 2018 年度秋季研究発表会：個人・共同研究発表要旨、ワークショップ・テーマの要旨

要旨の本文は、個人・共同研究発表者、ワークショップ・テーマ企画者からいただいた原文をそのまま掲載しています。

企画委員会委員長 大谷奈緒子

個人・共同研究発表要旨

<A 会場>

公共放送における「声なき声」の活性化 ーNHK 教育の福祉番組『ハートネットTV』を検討事例としてー

田中瑛（東京大学大学院 院生）

【キーワード】 公共放送、対抗的公共圏、声なき声、福祉番組、異議申し立て

【研究の背景・目的】

本研究の目的は、公共放送制度において「声なき声」に対して議論の場を提供する際に生じる構造的課題点を再考することである。マスメディアは社会の同質性を前提として構成されてきたシステムであり、複雑な「声なき声」を捨象する支配的構造を持つことが指摘されてきた（林 2002）。特に NHK については、中立公正原則に基づき論争的問題を回避することで、政治的自律性を維持する構造を持つことが指摘されてきた（Krauss 2000; 松田 2014）。他方で、公共放送制度はオーディエンスの多様化・分極化に直面しており、多元化する社会において公的役割をどのように再定義するのが問われている（Hall 1993）。一連の先行研究では、同質なオーディエンスの合意を前提とした客観的情報の提供だけでなく、多様で主観的な「声」を聴くことが、公共放送（公共サービスメディア）の役割として提起されてきた（Moe 2008; 山腰 2014）。すなわち、一方的に表象されるだけに留まってきた「声なき声」を、リアリティを損なわず、かつ社会全体に理解可能な形で提示することはいかにして可能なのが問われている。そこで、「声なき声」を活性化する公共性規範を実践する事例として NHK 教育テレビの福祉番組を取り上げ、公共放送がいかにして「声なき声」を活性化しようと試み、いかなる構造的課題点を抱えているのかを明らかにする。

【研究の方法】

本研究では、以下の二つの観点からそれぞれ分析を行い、公共放送制度における対抗的公共圏と異議申し立ての構造的（不）可能性を検討した。

①文化的多様性の節合：言説理論では合意の内に潜在する従属的属性を横断することで対抗言説を編制する必要性が提起されてきた（Laclau and Mouffe 1985）。福祉番組は既存の「社会福祉」の定義にとらわれず、文化的差異により生じる様々な問題を取り上げている。そうした「声なき声」を活性化する対抗的公共圏を編制する過程において、障害、セクシュアリティ、エスニシティなど厳密には多様な文化的差異がどのように節合されているのかを明らかにしようと試みた。番組のポータルサイト「ハートネット」に掲載されている番組説明文を対象とした計量テキスト分析を KH coder を用いて実施し、諸差異を共通の言説に節合する抽象的表現である「空虚なシニフィアン」（Laclau and Mouffe 1985）を特定した。それに加えて、新聞を用いた定性的な言説分析を実施し、その用語がどのような文脈において発達したのかを明らかにした。

②メディア間の相互作用の活用：マスメディアとインターネットの相互作用を通じて問題を提起する可能性について議論されてきた（cf. 遠藤 2004）。福祉番組では自前のウェブサイトを通じて「声」を番組制作に活用する試みを実施されており、当事者との双方向的コミュニケーションを通じたリアリティの再構成においてどのような問題が生じるのかを明らかにする。番組に寄せられた当事者の「声」がより一般的な公共圏へと働きかけを行う過程を、(i) 当事者の「声」の回復、(ii) 熟議による活性化、(iii) メッセージの可視化の3つに区分し、3つの企画を事例として用いることでその間に発生する葛藤を示した。

【得られた知見】

以上の分析の結果と考察を示す。計量テキスト分析の結果、「生きづらさ」という言葉が様々な差異を固有の言説に結び付ける表現として反復的に用いられ、福祉番組において対抗的な言説空間が編制されていると言える。ここでは「障害」などのアイデンティティがより抽象的な次元に結び付けられることで「声」の複雑性が維持されているが、その「声」を手掛かりとして議論の場を編制するプロセスとそれを表象するプロセスのそれぞれに課題が存在する。第一に、番組サイトに設置されている掲示板には「声」が蓄積されているものの、視聴者間でのコミュニケーションを通じたメッセージの形成には用いられていない。第二に、複雑なままの「声」についての議論をそのまま番組で放送するため、番組間の協働などを取り入れなければ、非当事者に対するメッセージの可視化に要する資源が不足してしまう。すなわち、制度設計の理念に反して、インターネットと放送の相互作用がそれぞれ単方向的にしか用いられておらず、インターネット上での当事者間の議論を促進して当事者間での明確な合意を示した上で、教育テレビという周縁的な放送枠を超えた問題提起が求められる。前者については当事者の主体性を尊重しつつ自発的な合意形成をいかに推進するのかがジャーナリズムの課題であり、後者については公共放送の放送資源をめぐる政治経済的分析が求められる。

テレビ放送におけるセルフドキュメンタリーの実践 —NHK BS「極私的ドキュメント につぼんリアル」シリーズの自己表象を中心に—

中根若恵（名古屋大学大学院 院生）

【キーワード】 テレビドキュメンタリー、セルフドキュメンタリー、自己表象、「極私的ドキュメント につぼんリアル」

【研究の目的】

NHKで2014年から2015年にかけて放送された「極私的ドキュメント につぼんリアル」の全12作（以下、「につぼんリアル」）を中心に、テレビにおけるセルフドキュメンタリーの実践に注目する本研究は、テレビを媒介とした自己表象の特徴とその社会的批評性を明らかにすることを目的とする。大多数のテレビドキュメンタリーが採用してきた客観的な語りではなく、主観的／一人称的語りを採用するセルフドキュメンタリーの特徴に留意する本研究が目向けるのは、テレビを特徴づける公共性と私的な出来事を提示する作り手の作家的表現がとり結ぶ拮抗／協働関係である。

欧米圏を中心とする映画的自己表象の研究（Renov, 2004; Rascaroli, 2009）は、慣例的に自主制作映画の分析を中心としており、これまで申請者も同様の方法をとってきた。しかし、テレビという媒体に注目向けることは、映画やインターネットそして文学という複数の媒体が構成するメディアエコロジーと自己表象の関係を多角的にとらえるための重要な鍵となると考える。とくに、映画制作を志す若年層のディレクターによって制作された「につぼんリアル」が提示する家族や社会の問題には、映画的自己表象の研究が注目してきた主観性と社会的現実の関連を考察するうえで有益なヒントがあると考えている。

【研究の方法】

2018年度に応募参加した「NHK アーカイブス学術利用トライアル」を利用して、全12本の「につぼんリアル」シリーズを中心に、NHKにおけるセルフドキュメンタリーの実践を視聴・分析した。それに加えて番組の企画経緯や制作の流れに関してディレクターやプロデューサーへの聞き取り調査を実施した。

同時に、(1)ドキュメンタリー映画論の領域で蓄積されてきた一人称的ドキュメンタリーに関する理論的知見、そして、(2)メディア論領域でのテレビドキュメンタリーに関する理論的枠組みの批判的検討を通じて、映像テキストと社会的背景、そして個々の作品を取り巻く人的動向の相互関係のなかから、個々のドキュメンタリー表象の特徴・社会的批評性を把握することに努めた。

【得られた知見】

その結果として得られた知見は以下の三点である。

第一に注目したのが、セルフドキュメンタリーの表現形式とテレビの公共性との間の緊張関係である。関係者への聞き取りから、番組制作に際して制作途中でディレクターがラ

ッシュを持ち寄り方向性を協議するプロセスがあったことが明らかになった。このように制作過程で他の制作者やプロデューサーが介入する例はきわめてめずらしい。加えて、実施したインタビューからは、テレビの公共的な性格が、作り手の持つ社会的な背景を優先させることで、個々のディレクターの作家的表現を制限する場面も生じていたことがわかった。これは作家的主体がある種の交渉を経て番組を完成させるプロセスとしても捉えられる。こうした例はテレビというメディア特性をセルフドキュメンタリーというジャンルから逆照射するという意味でも興味深い。

第二に明らかになったのが、「にっぽんリアル」番組のうちのいくつかはグローバルな受容の広がりを見せるという点である。放送後、テレビ放送の枠組みにとどまらず、諸外国の映画祭や上映会で映画が放映される例が生まれた。通常地域的に限定されがちな放送の枠組みを超えて、映像が地域の枠組みを超えて流通する過程が生まれたのである。

そして第三に挙げられるのが、「にっぽんリアル」には、個人や家族の抱える問題を、近い他者との関係の中から主観的に描き出すという特徴があるという点だ。「にっぽんリアル」の番組の多くに見られるのは非正規雇用の労働形態ゆえに安定的な生活基盤を欠く若年層の姿である。とは言いつつも、そうした不安定な足場から社会の問題を批評的に糾弾する視点は個々の作品にはほとんど指摘できない。しかしその一方で、各番組は個人が直面する問題を、その近い人々とのやりとりを介在させつつ日常的な空間から見せていく。例えば、佐藤寛朗「38歳、自立とは？」(2014年)では、パラサイト・シングルとして暮らす作り手自身の姿と家族とやりとりを赤裸々に見せることで、やりがいと生活が必ずしも一致しない社会の現実を見せつつ、家族の葛藤を私たちに提示する。テレビという媒体の公共性との緊張関係を見せつつも、ときには国境を超えて広がっていくそうした私的な空間の提示は、従来の客観的なドキュメンタリーとは異なった批評的な空間を生んでいるといえる。

抑制から文化へ

—映像メディアに見るイルカ漁のメディアフレームとその変遷—

ジェイ・アラバスター (アリゾナ州立大学)

【キーワード】 イルカ、イルカ漁、太地町、映像メディア、メディアフレーム

【研究の目的】

2009年のドキュメンタリー映画『ザ・コーヴ』は和歌山県太地町を舞台に、隠し撮り映像などを使って地元のイルカ漁を痛烈に批判した。現在も続く太地町のイルカ漁に対する激しい批判は続く。しかしながら、『ザ・コーヴ』よりはるか以前からイルカ漁は映像メディアを通して表現されており、同映画以降もイルカ漁に関する映画等が少なからず制作さ

れているため、映像メディアによるイルカ漁の扱われ方を調査、分析する意義は大きいと考える。

本研究を通して日米のイルカ漁に関わるメディアフレームを特定し、その変遷を明らかにすることに加え、本研究で抽出（extraction）されるフレームは、将来的に、イルカ漁以外の他の希少性のある漁業・狩猟活動や、文化活動にも適用ができると考える。

なお、イルカ漁をめぐる論争には非常に感情的なものが多いのが事実であるが、本研究では映像メディアにおけるイルカ漁の表現をより学術的な角度から内容分析し、フレームに分類して比較考察する。

【研究の方法】

本研究では、映像メディア中のイルカ漁に関する視覚的描写における主なフレームを抽出する。メディア研究において確立されたフレーミングの手順を用いてビデオを分析し、より広範な文化的文脈の中でのイルカ漁の描写に基づいてフレームを特定する。映像メディアの資料としては、イルカ漁が描写されている主要ドキュメンタリー映像を 15 編取り上げる。

ちなみに「イルカ」の定義は多く存在するが、本研究では体長 1 メートルから 2 メートル以下の鯨類をイルカとして扱う。これはマイルカ科に属する鯨類の動物学的分類にも合致するもので、ゴンドウクジラやシャチなども「イルカ」に含まれる。

【得られた知見】

上記の方法に従い、大まかには第二次世界大戦以降の時系列に沿う形で主に 4 つのフレームを特定した。

1. 「珍しい漁」、あるいはイルカの妨害から他の漁業を保護するために必要な営みとしての「抑制」のフレーム。

「珍しい漁」の初期の一例として、1951 年の NHK テレビ番組『ごんどう鯨生捕り』の中でイルカ漁について言及したものがある。イルカ屠殺のシーンは明るい BGM と共に流れ、女性アナウンサーが捕獲されるイルカの頭数や一頭あたりの価格についてなど、漁に関する興味深い事実を伝えている。1963 年の映画でアメリカで高い人気を博し、多くのリメイク作品が作られテレビドラマ化もされた『フリッパー』は、イルカを友好的な人間の仲間として描くものだが、それでも主人公の父親に「イルカは他の漁業を妨害するので、殺さざるをえない」と語らせている。

2. 「環境問題」としてのフレーム。イルカを殺すことは海洋環境にとって害であり、汚染問題や捕鯨問題といった他の環境問題にも繋がるとする。

際たる例は、2010 年にアカデミー賞を受賞したアメリカのドキュメンタリー映画『ザ・コーヴ』である。イルカ漁を水銀の害毒や世界規模での絶滅危惧に関連づける。

3. イルカを「動物権利」のコンテキスト内に位置付けるフレーム。イルカには知性や自己認識力があるのだから、人間同様の権利を与えられるべきであるとする。

1960年代にアメリカで行われた人間と捕獲イルカの言語コミュニケーション実験を起源とする。実験は2014年のドキュメンタリー作品“The Girl who talked to Dolphins”の中で描写された。成功はしなかったものの、シャチが人間のように精神病に苦しむ姿を描いた2013年の『ブラックフィッシュ』に代表されるように、現代にも同じ考え方が継承されている。

4. 上述の否定的フレームに反発する形で、現代イルカ漁を歴史的、「文化・伝統的文脈」の中で肯定的に捉えるフレームが登場している。

2011年のNHKドキュメンタリー番組『クジラと生きる』及び、2017年のドキュメンタリー映画『おクジラさま』は太地町のイルカ漁を町の捕鯨の歴史の延長線上にあるものとして、誇り高い漁師や、イルカ肉を食べる家族の姿を描いた。2015年のドキュメンタリー映画『ビハインド・ザ・コーヴ』はイルカ漁への国際的批判を、日本の捕鯨の歴史と文化を軽んじる反捕鯨運動の一部として位置づける。

本研究では、イルカ漁とそのメディア映像における表現という現象に焦点を当てたが、ここで抽出された4つのフレームはより広い文脈での適用が可能だと考える。将来的な研究においては、例えばカナダのイヌイット族によるアザラシ漁や、アフリカのいわゆるトロフィーハンティングなど、広く流布する社会的価値観とは拮抗するような活動の描写・表現に適用することができる。この4つのフレームを様々な狩猟や活動に適用することで、異なる文化間、メディア間における表現を比較し理解する一助となると考える。

テレビ・ドキュメンタリーが社会にもたらす影響 —テレポート TBS6「ベビーホテル」を事例として—

浅野麻由（ドキュメンタリージャパン）

【キーワード】ドキュメンタリー、効果研究、映像表現、社会デザイン、リスクコミュニケーション

【研究の目的】

報道ドキュメンタリー番組は、社会問題を可視化するに大変有効である。他にはニュース番組があるが、一つのニュースにかける時間は少なく、また発生的な事柄を放送する傾向が強い。したがって、複雑に絡んだ社会背景の中で、人々の生活や声を丹念に追い、問題を読み解くのは、ニュース番組よりも報道ドキュメンタリー番組の方が適切である。しかし近年「視聴率が取れない」という理由で報道ドキュメンタリー番組の放送枠数が劇的に減少している。視聴率という短期的な評価測定だけでなく、報道ドキュメンタリー番組が長期的に社会にどのような影響を与えたのかを明らかにすることで、ドキュメンタリー番組の重要性の再考を研究の目的としたい。

【研究の方法】

・事例研究として取り上げる番組の設定

1980年3月～1981年2月にかけて、TBSの「テレポートTBS6」で取り上げた「ベビーホテル」の特集を事例とする。本番組は、夕方のニュース番組のコーナーに、およそ1年間かけて劣悪な環境下で子どもを預かる「ベビーホテル」の実態について報じた報道ドキュメンタリー番組である。本番組をきっかけに、市民フォーラムの結成、行政による実態調査の実施、児童福祉法の改正(81年6月成立)にまで至った。放送から法改正までのプロセスを明らかにする。

・調査方法

1)番組制作者である堂本暁子氏や元TBS報道局プロデューサーへのインタビュー調査を実施し、番組の内容分析と社会的背景の関係性を論じる。

2)「ベビーホテル」が社会に影響を与えたプロセスとして、①全国4新聞の記事抽出(各新聞社の検索システムより抽出したが産経は1992年からのデジタル化のため対象外)、③雑誌に取り上げられた記事抽出(大宅壮一文庫検索)、④学術雑誌・論文に取り上げられた文献(国会図書館検索)、⑤国会答弁でどのように取り上げられたか(国会議事録検索)を分析する。

【得られた知見】

1)法改正にまで至った要因——内容・システム分析

①継続的な放送

TBS報道局は、「ベビーホテル」を社会問題と提起するため、初めて「キャンペーン報道」として、およそ1年間「TBSテレポート6」で5分ほどの特集を組み、週に1度、計21回の放送を行った。更に情報番組や別のニュース番組での特集でも扱い、TBS全体では計40回に上る。

②視聴者の声の取り上げ方のタイムリー性

1970年代後半から80年代にかけて核家族化や女性の社会進出が加速し、保育施設のあり方が社会の変容に対応できていなかった。このような時代背景と共に、悪質なベビーホテル問題を取り上げる切っ掛けが、視聴者からの投書であった。時代と人々の関心が合っていた。

③行政と大学の連携による問題の可視化

制作者の堂本暁子氏へのインタビューによると、現場の子どもの悲惨な状況を改善させるためには、児童福祉法を改正し行政の管理が必要だと考えた。行政を動かす報道のあり方として、点ではなく面で発生している社会問題とするため、大学と連携し実態調査を行い、客観「データ」として放送したという。また、問題解決の提言への糸口として、アメリカの事例を紹介する。本来は取材が難しいが、厚生労働省のコーディネートで実現した。

④映像の力が発揮されやすい内容

放送する内容が「劣悪な環境化で過ごす子どもたちの現状」であり、活字で表現するよ

り、子どもの表情や声などをよりリアルに表現できた。

⑤「ベビーホテル」というネーミング

当時「ベビーホテル」という呼び名はあったが、「無認可保育施設」など呼称が数多くあった。しかし言い易さから全て「ベビーホテル」としたという。結果としてこのネーミングが受け入れ易かったのではないかと堂本氏は分析している。

2)放送の影響分析

1980年3月26日の初回放送前までの各新聞紙報道は以下の通り。朝日：6記事 1記事が警鐘。読売：3記事 1記事が警鐘。日経：4記事 3記事が警鐘。毎日：放送前の取り扱いなし。記事の殆どが新しいビジネスの紹介、ライフスタイルの変容を伝えるものだった。しかし放送を契機に、全紙とも「ベビーホテル」のリスクに関する記事へと変容する。国会議事録では、放送前に3回「ベビーホテル」の問題が取り上げられていたのみだったが、放送から1カ月半後の1980年5月14日の国会で「TBSテレポート6という～」と議員が発言し、番組の内容を引用しながら「ベビーホテル」の問題を取り上げた。また堂本氏によると、当時録画できるビデオデッキがない時代だったため、自民党議員がTBSにまで来て、「ベビーホテル」の映像を見たいと依頼にきたという。放送から法改正までの1年3ヶ月で国会答弁で27回、「ベビーホテル」の問題が取り上げられている。以上の結果から、TBSが報じた報道ドキュメンタリーが社会に大きな影響を及ぼしたことが結論づけられるだろう。

<B 会場>

ネットニュースと新聞の内容分析と比較検討

—J-CAST ニュースと『朝日新聞』、『読売新聞』の1面と見出し記事の内容分析から—

鈴木規史（上智大学大学院 院生）

【キーワード】 新聞とネットニュースの比較分析、ミドルメディア、J-CAST ニュース

【研究の目的】

本研究は、主流ジャーナリズムである新聞と、ニュースサイトの違いを明らかにするための試論である。本研究では、ミドルメディアと呼ばれるものの中から、ニュースサイトに焦点を絞った。さらに、ニュースサイトの中でもJ-CASTニュースを選び、新聞社の報道と比較分析を行った。そもそも、両者を比較分析することが妥当であるかどうかを検討することも本研究の目的の1つである。

藤代裕之は『ネットメディア覇権戦争』（光文社新書、2017）の中で、ミドルメディアという概念について説明している。藤代によると、「ミドルメディアとは、ソーシャルメディ

アとマスメディアの中間に位置するメディア」であり、ニュースサイトや有力ブログ、まとめサイトなどを指す。

また、藤代は「私がミドルメディアという言葉を考案するきっかけとなったのは、J-CAST ニュースの登場だ」と語っている。J-CAST ニュースは、2006 年よりサービスを続けており、長期的な経営に成功している。2016 年時点で、月間 PV 数は 1 億 1000 万、月間総閲覧者数は 1800 万もある。長期的な経営の成功と、PV 数の多さから、J-CAST ニュースはミドルメディアの代表と言える。そのため、本研究では J-CAST ニュースに焦点を当てている。

また、本研究は Yahoo!ニュースなど、他のインターネット上のメディアの分析手法を模索するための試論でもある。

【研究の方法】

『朝日新聞』と『読売新聞』の朝刊と J-CAST ニュースの内容分析を行った。調査期間は 2018 年 5 月 8 日～14 日の 1 週間である。二大紙では朝刊の 1 面記事及び、1 面に見出しが掲載されている記事を対象とし、『朝日』は 71 本、『読売』は 61 本である。本研究では、J-CAST ニュースのトップ記事に合わせ、新聞の朝刊の 1 面及び、1 面に見出しが掲載されている記事を新聞紙の「トップ記事」とみなしている。J-CAST ニュースは、トップページ最上部の最新ニュースを「トップ記事」とみなし、102 本を分析対象とした。なお、この 102 本は J-CAST ニュースの記事の大半を占める。この他にも、トップページ中ごろにあるトピックス 13 本と、2018 年 5 月 9 日～15 日それぞれ朝 8 時時点でのアクセスランキング 5 位までの記事 35 本も上記とは別に分析した。J-CAST テレビウォッチや J-CAST トレンドなど他サービスは対象としていない。

【得られた知見】

分析の結果、J-CAST ニュースと二大紙の間には大きな隔りがあることがわかった。まず、カテゴリで比較すると、J-CAST ニュースは、芸能ニュースが約 45%を占める。『朝日』は約 4.2%、『読売』は約 1.6%程度で、両者の差は歴然である。政治、国際、経済、外交、北朝鮮というカテゴリの合算で見ると、『朝日』は約 56.3%、『読売』は約 62.9%で、J-CAST は約 23.5%程度である。二大紙と J-CAST ニュースの取り扱っている内容は大きく異なる。

また、インターネット上の情報ソースの有無を比べると、J-CAST ニュースは 90%以上の記事で「あり」という結果になった。その多くは個人の SNS やネット掲示板を参照している。一方、『読売』は約 8.2%、『朝日』は約 11.2%であり、その多くは行政のウェブページや、米トランプ大統領といった政治家の SNS、公人の SNS などである。

J-CAST ニュースは他社への依存度も高く、約 46.3%の記事が他社報道をソースとしている。『読売』は約 22.9%、『朝日』は 21.1%であるが、二大紙はロイターや共同通信といった配信社提供のソースもカウントしており、純粋に J-CAST と比較することはできない。

J-CAST ニュースの特徴をまとめると、芸能ニュースが多く、そのほとんどは有名人の SNS や公式サイト、他社の報道をソースとしている点が最初に挙げられる。スポーツ新聞

のウェブ版の一部の芸能記事や、ワイドショーの芸能ニュースに近いと考えられる。また、政治ニュースは国会のインターネット中継や、他社の報道をソースとしたものが多いのも特徴である。これはワイドショーの新聞記事紹介のコーナーなどに近いと考えられる。

J-CAST ニュースの強みとしては、個人の SNS の発言など、些細であやふやなソースをきっかけとした取材記事の存在が挙げられる。期間内では、3 大キャリアがサービスを開始した当日に、「+メッセージ」のスマホアプリのレビュー欄などを参照していち早く不具合を発見し、ソフトバンクへの取材を行っていた。このように、インターネット上の小さな声を拾い上げて取材することが J-CAST の強みであるが、その是非は今後の研究課題としたい。

問題解決模索型ジャーナリズムという新潮流

—市民に多角的な視点を提供する日米欧の民主主義実践を事例に—

清水麻子（東京大学大学院 院生）

【キーワード】 問題解決、建設的、民主主義、ジャーナリズム、日米欧国際比較

【研究の目的】

2000 年以降の欧米諸国において、近代自由主義ジャーナリズムに対抗し、現実の社会問題解決を建設的に目指していこうとする新しい問題解決模索型ジャーナリズムの潮流が本格化している。「ソリューション・ジャーナリズム」(Solutions Journalism, 以下「SJ」と表記)、「コンストラクティブ・ジャーナリズム」(Constructive Journalism, 以下「CJ」と表記)と呼ばれるこれら 2 つの新しい社会運動は、「対立ありき」「悲観ありき」のセンセーショナルリズムによって社会全体が負のスパイラルに陥っていくことを避け、恒常的な社会問題に多角的な「アジェンダ（議題）」を提供して人々の議論を促し、問題解決や予防に繋がる手がかりに向けて行動を促そうとする民主主義実践である。

紛争や対立、社会的マイノリティや弱者の不平等に関する現実を変えていくために、責任ある情報を増やしていこうとする目的があり、現在、欧米の新聞社やテレビ局を中心に実践が進む。理論化の研究もスタートし (McIntyre 2015 など)、人々の心理や、貧困地域コミュニティでの影響を探る調査も行われている (Wenzel 2018 など)。しかし日本では、基礎的研究すら未着手である。そこで本稿は、日米欧の、さまざまな問題解決模索型ジャーナリズムの実践を観察し、その詳細や類型、伝統的な近代自由主義ジャーナリズムとの違いを調査した。加えて、これら新しい実践が生まれた背景や、それによって社会的マイノリティ・弱者の包摂可能性についても考察を加えた。

【研究の方法】

本稿は、SJ と CJ (上記【研究の目的】を参照) という 2 つの新しい実践形態を「問題解決模索型ジャーナリズム」として定義し、これらに関する主に欧米の学術論文や学術誌を

収集し調査を行った。これら 2 つの運動の理論的源泉を学術的に探るため、90 年代に米国・地方紙で流行したパブリック・ジャーナリズム (Public Journalism、以下「PJ」と表記) に関する学術論や学術誌も含めて収集し、その理論や歴史の変遷も探った。

SJ と CJ という 2000 年以降の 2 つの実践が、どのような性質のものかは、日本では知られていない。そのため読者に打ち出すメッセージ概念を明らかにする目的で、これら 2 つに分類される記事を集め、内容分析を行った。SJ に関しては、それを推進する職能団体の一つ NPO「ソリューション・ジャーナリズム・ネットワーク」(Solutions Journalism Network、本部 NY) が公開する世界 120 か国の 2600 以上の記事を集めたデータ・ベース「ストーリー・トラッカー」から一部の記事を対象として抽出し、分析した。CJ に関しては、それを推進するデンマーク放送協会 DR の元ディレクターの著書などから記事を収集して抽出し、調査した。また SJ と CJ の目的や方法における共通点・違いも整理した。

日本の問題解決模索型ジャーナリズムの実践についても調査した。朝日新聞社の特別報道部が 2016 年 8 月から全国版朝刊で掲載している、子どもの事故や虐待を繰り返さない目的の企画「小さいのち」は、「課題解決模索型報道」と同社が名付け、他の報道と差別化していた。そこで、この企画の中から一部の記事を抽出して内容分析を実施。加えて企画に関わった記者にインタビュー調査を行い、報道過程を分析した。

【得られた知見】

米国で実践されている SJ に関しては、90 年代に米国の地方紙で流行した PJ 運動を引き継ぐ、主に地方紙の新しい民主主義実践であることが明らかになった。しかし、かつて PJ には反対したワシントンポストやニューヨークタイムスも、SJ に関しては注目し、参画していることも判明した。

デンマークを中心に実践が広がる CJ に関しては、市民権を普及しながら民主主義を進め、人間の Well-Being を推進していくことを目的とした「ポジティブ心理学」をベースに派生した運動であることが、明らかになった。

日本の問題解決模索型ジャーナリズムとしては、朝日新聞社の「小さいのち」があった。「子どもの死を繰り返さない」という予防的アジェンダを設定し、そのために社会に足りない部分を模索するため、専門家との協同によって調査報道が進められていた。また朝日新聞デジタルの SNS「LINE ニュース」を積極的に使い、子育て世代に虐待予防情報を浸透させていたことも明らかになった。

日米欧に共通した知見として、この問題解決模索型ジャーナリズムは、「解釈型の調査報道」(コヴァッチ 2012) に属しており、「ジャーナリズムの本質」「稼げない時代の大きな選択肢」として、主流ジャーナリズムを含めテレビ局・新聞社に、現段階ではある程度、好意的に受け入れられているという考察結果も得られた。

計量テキスト分析による地方紙社説の独自性の検証

金子智樹（東京大学大学院 院生）

【キーワード】 地方紙、社説、共同通信、政治コミュニケーション、テキスト分析

【研究の目的】

本研究の目的は、日本の主要地方紙の社説の多くが各紙オリジナルなものなのか、それとも共同通信の配信する「資料版論説」を基にしているのかを、計量テキスト分析の手法によって客観的に推定することである。

日本は現在でも世界有数の新聞大国であり、新聞は政治コミュニケーション研究における重要な分析対象である。また、多くの都道府県では各地域の地方紙がシェア 1 位を占めており、全国紙だけでなく地方紙の報道内容を分析することの意義は大きい。

新聞の論調を最も象徴的に表していると考えられるのが、各紙の社説である。日本の新聞の社説に関しては、全国紙を中心に先行研究が一定数存在するが、多くの場合は定性的な内容分析が手法として用いられている。また特に地方紙の社説については、近年の社会的関心に比して研究蓄積が十分とは言えないのが現状だと思われる。

日本の地方紙の社説に関しては、「共同通信の配信する『資料版論説』を専ら流用している」というイメージや言説が存在しており、多くの地方紙の社説がリベラル寄りであることと結び付けて批判的に論じられることもある。しかし、主要な各地方紙が共同通信の「資料版論説」をどの程度使用していると考えられるのかを、客観的な手法によって明らかにした一般化可能性の高い研究は、発表者の管見の限り存在しない。

そこで本発表では、可能な限り多くの地方紙を対象に、各日の社説テキストが他の新聞とどの程度類似しているかを分析することで、各紙が共同通信の『資料版論説』を基にして社説を書いている割合を推定することにした。地方紙のイデオロギー的論調を議論する前に、各地方紙の社説がどの程度オリジナルなものなのかを示しておくことは重要だと考えられる。

【研究の方法】

各地方紙の社説の内容分析を行うためには、社説の文章をテキストデータの形で取得・整理することが必要である。そこで本発表では、各新聞社の公式サイトからのウェブスクレイピングによって、地方紙の社説データを収集することにした。本要旨執筆時点では、2017年10月1日～2018年7月5日の、計40紙の地方紙の社説テキストが蓄積されている。

収集した社説テキストは、分かち書きなどの前処理を行った上で、各日の社説×単語の出現頻度の行列データに変換する。次に、各日の各地方紙の社説テキストの内容が、同日（もしくは前後数日間）の他紙の社説テキストとどの程度類似しているかを、コサイン類似度と呼ばれる指標によって数値化する。「コサイン類似度が一定の閾値より高い2紙の社説」については、それぞれ共同通信の「資料版論説」を基にしていると判断されること

になる。

その上で、「コサイン類似度が一定の閾値より高い他紙の社説」が分析期間内に存在する割合（以下、「共同通信参考度」）を、地方紙ごとに算出する。この割合が高い地方紙ほど、共同通信の「資料版論説」を基にして社説を書く頻度が高く、自社の独自性が低いことを意味している。

【得られた知見】

以上の分析手順により、「共同通信参考度」を地方紙ごとに数値化することができた。

算出した結果を比較したところ、突出して「共同通信参考度」が高い地方紙がいくつか存在していることがまず確認された。計算の仕方によっても異なるが、最大で社説全体の6割前後が共同通信の「資料版論説」を基にしていると考えられる地方紙も見受けられる。

しかし総体的に見れば、このような地方紙は多いとは言えないことも分かった。大多数の地方紙は「共同通信参考度」が低く、共同通信の「資料版論説」を参考に社説を書く日はあっても、そういったケースは限定的だと考えられる。

本発表の知見からは、「日本の地方紙は共同通信の『資料版論説』を専ら流用しているので、総じてリベラル寄りになる」という見方が一面的であることが示唆される。（本発表で論じる余裕は無いが）多くの地方紙の社説がリベラル寄りだとしても、それは共同通信の資料の引き写しの結果と言うより、むしろ各々の独自の視点に基づくものだと解釈できよう。

< C 会場 >

テレビの「語り」に関する一考察

ーインタビュー番組における司会者とゲストのコミュニケーション分析からー

鹿島千穂（和洋女子大学）

【キーワード】 インタビュー、親密性、演技性、会話分析、語り

【研究の目的】

本研究の目的は、映像中心のテレビにおいて、言語による表現はどのように実践され、いかに重要であるのか、その意義を明らかにすることである。テレビ番組の中でも「語り」の要素が色濃く反映されるインタビュー番組を分析の対象として取り上げ、司会者とゲストの間の相互コミュニケーションに注目する。インタビューで語られたものは「語り手とインタビュアーとの言語的相互行為による共同の産物」（桜井厚）であることを前提に、司会者とゲストのコミュニケーションを第三者である視聴者が目撃する「二重コミュニケーション」の構図を持つテレビのインタビュー番組の特徴を踏まえ、分析を行う。

テレビ文化に関する従来の研究は主に映像中心であり、どのような分野からのアプロー

チであれ、「語り」そのものに注意が向けられることは少なかった。本研究の目的は、テレビにおける言語的側面に注目して「語り」の重要性を示すとともに、テレビの「語り」研究という新たな領域を確立する可能性を探ることである。

【研究方法】

インタビュー番組における司会者とゲストの役割は明確に異なる。そこで、ニュース番組やトーク番組に関する先行研究を緻密に分析し、インタビュー番組とは、司会者による「語らせ方」とゲストによる「語られたもの」の二つの側面で構成されることを導き出した。また、「親密性」と「演技性」という概念が重要であることに着目し、これらの概念を整理した。

司会者による「語らせ方」とゲストによる「語られたもの」は相互に作用して成り立っているという仮説を立て、親密性と演技性という概念を活用し、二つのインタビュー番組を分析した。分析対象は、『徹子の部屋』（テレビ朝日系）と『サワコの朝』（TBS/MBS系）である。

分析は2段階で行った。まず、2015年春から2016年秋に両番組に出演した同一ゲスト3人の回を比較分析し、司会者とゲストの語りに内包される基準要素をそれぞれ4つずつ抽出した。次に、事前分析により抽出したこれらの8つの基準要素を用いて、10人のゲストの出演回における様々なエピソードについて、親密性と演技性を軸にした実証分析を行い、基準要素が相互に作用しながら司会者とゲストの「語り」が成立している様子をみた。

【得られた知見】

実証分析に先立つ事前分析では、司会者の「語らせ方」に関係する要素として「質問のスタイル」「あいづち」「司会者のパーソナリティ」「語らせる装置としての写真、VTR、音楽」の4つが浮かび上がった。一方、ゲストからの「語られたもの」に関する要素としては「ゲストの職業」「視聴者の興味関心」「ゲストの人生観と社会への提言」「語り方」の4つが重要であることがみえた。

司会者とゲストの語りに関する親密性と演技性のバランスにより、A「親密性と演技性の両方が高いパターン」、B「親密性が高く、演技性が低いパターン」、C「親密性が低く、演技性が高いパターン」、D「親密性も演技性も低いパターン」の4つの「語り」の類型を示し、それぞれの類型に当てはまるエピソードを取り出し、事前分析で抽出した8つの基準要素を用いて会話分析を行った。

その結果、親密性と演技性が高いほど基準要素が多く出現し、この領域では基準要素が相互に作用し合って「語り」が複雑に成立しているが、親密性と演技性が低い場合は基準要素の出現が少ないことがわかった。さらに、「親密性が高く、演技性が低いパターン」の「語り」は、司会者とゲストの間にラポールが築かれた番組の後半に出現することが多く、番組の冒頭に出現することはあまりないこともみえてきた。つまり、時間的経過により親密性と演技性のバランスは変化するものであり、インタビュー番組における「語り」は親

密性と演技性が流動的に展開していくことで成立しているのである。

また、司会者は質問スタイルやあいづちなどのテクニックを駆使し、自身のパーソナリティを表出させながら「語り」に挑んでおり、一方のゲストは、司会者の「語らせ方」に呼応する形で様々なテクニックを使いながら「語り」を提示していることもわかった。

つまり、インタビュー番組における「語り」は、出演者の意識的あるいは無意識的な領域で様々な要素が絡み合い、親密性と演技性のバランスを刻一刻と変化させながら成立しているのである。このことは、テレビの「語り」が複雑かつ多様であることを示しており、「語り」の重要性を意味するものであろう。また、映像が重視されてきたテレビにおいて、「語り」研究の必要性も示唆しているのではないだろうか。

バラエティ番組における田嶋陽子のフェミニズム実践と社会的背景

－田嶋本人、制作者・共演者への聴き取り調査から－

齊藤正美（富山大学）

【キーワード】 バラエティ番組、フェミニズム、田嶋陽子、セレブリティ研究

【研究の目的】

これまで女性とメディア研究では報道・ジャーナリズム、ドラマなどについて、女性が男性中心メディアにどのように支配されるかについての研究を積み上げて来た。さらに近年は、ジャンル毎であった研究を問い直し、「文化装置」「有名性」（石田 1998）、「メディア文化」（田中 2012）など新たな角度から文化の権力性を探求する潮流が生まれている。

女性学者の田嶋陽子は、1991年「ビートたけしのTVタックル（以下、TVタックルと略記）」、2003年「たかじんのそこまで言って委員会（現在は、そこまで言って委員会NP。以下、そこまで言って委員会と略記）」など民放バラエティ番組に長年出演し続けている。賛否両論を呼びつつもTVバラエティに出演し続ける田嶋については、TVで「フェミニズムという看板を一身に背負い」「フェミニズムの知名度を上げた」（村瀬 1999）、「『女性』の社会的・政治的立場を代表/代弁する」（田中 2010、石田 2010）、「憎まれ役」（石田 2010）など田嶋のエージェンシーに着目する研究もある。一方バラエティ研究では、近年のバラエティでは内容より形式が重視され（友宗・原・森重 2001、水島 2002）、「タレント」や「キャラ」の存在が重要になっている（原・米倉 2004）という。この潮流の方法論については、セレブリティ研究では従来言説分析が主であったが（Turner 2010）、内側からの探求という点から有名人本人や関係者へのインタビューを含めたエスノグラフィー研究の有用性が提示されている（Driessens 2014）。

本発表は、こうしたメディア文化や有名性研究の流れに位置づけられ、TVバラエティと田嶋という具体的な事例を取り上げる。研究目的は、それぞれの番組で田嶋にはどのよ

うな役割が付与され、それにはフェミニズムや社会的背景がどう影響していたか、を明らかにすることにある。メディア支配をかいくぐったかのような田嶋の文化実践例の分析は、メディア文化の変容やメディアとの折衝を考える際に有用な示唆を与えよう。

【研究の方法】

本研究では、田嶋が主に90年代に出演した「TVタックル」ならびに2000年代以降出演している「そこまで言って委員会」という時代背景の異なる番組について、田嶋本人はじめ、それぞれの番組の制作者、共演者への聴き取り調査や収録見学などのエスノグラフィック的手法を用い、多角的、統合的な分析を行った。

【得られた知見】

①90年代「TVタックル」の田嶋は、「パンツ論争」や「専業主婦論争」などとフェミニズム思想を人口に膾炙することに貢献し、彼女自身も広く知られるようになった。番組制作者によれば、メディア制作の現場が男性中心の考えや体制であったため、田嶋が政治や文化、事件など全て男女問題に結びつけて（フェミニズムを）語ることに新鮮に思えた、フェミニズム自体に勢いがあったこともあり、女性視聴者からの反応もよかったという。田嶋のフェミニズムが長い間同番組のテーマであり続けたと述懐する共演者もいる。

②2003年に始まる在阪の読売テレビ「そこまで言って委員会」は、保守言論人や政治家が多く出演する討論系バラエティで、関東圏などを除き全国で放映され高視聴率をキープする。田嶋は準レギュラー。番組では出演者の中に1対7の対立軸が作られ、リベラル側の田嶋は他の出演者から批判を浴びることが多いが、ヒートアップする田嶋との対立が番組を面白くすると指摘する制作者もいる。別の制作者は、臆せず語る田嶋は、この番組をよしとしない人の代表格であり替わりのない存在だと語る。田嶋自身は複雑な思いを抱えつつも、制作者との間に厚い信頼関係が生まれ、「テレビは拡声器」、特にバラエティなどのお笑いで「フェミニズムやれば（一般の人にも）きいてもらえる」と語り、出演を続ける。

③即興の笑いを生み出すバラエティ番組に大事なものは「人＝キャラクター」（井上1999）と言われる。制作者が田嶋に見いだす「キャラ」は、わかりやすいコミュニケーション、嘘がないなどである。田嶋が人の話を聞かないように見えることがバラエティ的には面白く、その「キャラ」をテレビ側が消費したと反省的に語る制作者もいた。

本発表で明らかになったのは、90年代フェミニズムに勢いがあった時代の田嶋はフェミニズムをわかりやすく語り、フェミニズムを可視化したこと、保守化が進む2000年代以降の田嶋は、わかりやすく語れる女性論客であり、バトルで番組を面白くし番組になくしてはならない存在であること、田嶋自身は複雑な思いを抱えつつも、拡声器としてのTVを重視し一人でできる運動として出演を続けている、という点である。今回の研究成果はメディア文化の複雑性、流動性、両義性を示しており、今後のさらなる解明への一歩としたい。

リタイア世代の「利用と満足」 ーメディアは社会活動を代替するのー

小寺敦之（東洋英和女学院大学）

【キーワード】 メディア利用、利用と満足、高齢者、就業、リタイア

【研究の目的】

本研究は、子どもや若者に比べて見過ごされてきたシニア世代のメディア利用の一端を明らかにすることを目的とするものである。とりわけ、リタイアを迎える世代に注目して、この世代の就業の有無がメディア利用とどのように関連しているのか、メディアはリタイアに対する補完機能を有しているのかという課題に取り組んでいく。

このような問題意識は、「利用と満足研究」のテーマのひとつでもある。「利用と満足研究」では、年齢やライフステージの変化が欲求構造（発達課題）の変化をもたらし、それがメディア利用の在り方を変化させていくと想定している。これまでの研究は幼少期の子どもから青年期を対象としたものに偏っているが、シニア世代についてこれを適用すれば、仕事からの離脱がメディア利用の在り方を変える可能性があると言えよう。同時に、高齢者を対象とした多くの先行研究が、メディアは社会活動の補完機能を有していると指摘してきた。そうであれば、リタイア者のメディアへの関わりは非リタイア者のそれに比べて強くなると考えられる。

【研究の方法】

本研究では、上述の仮説をシニア世代への質問票調査を通じて検証することとした。

調査は、東京近郊（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）居住の 58～69 歳の男女 2600 名に質問票を郵送する形で実施された。

主な質問項目は、性別、年齢、就業状況と、メディアの効用認識に関する項目である。メディアの効用認識に関する項目は、10 のメディア（新聞、本・雑誌、テレビ、ラジオ、ビデオ・DVD、電話（固定電話）、携帯電話・スマートフォン、パソコン、友だち、音楽）それぞれに、同じ 12 の効用認識を 4 件法（あてはまらない、少しあてはまる、あてはまる、とてもあてはまる）で問うた。12 の効用は、先行研究のメタ分析を通して汎用性の高いものを開発した。

質問票は 2017 年 11 月 10 日に発出され、11 月 30 日までに返送されたものを有効票として扱った。回収数は 1644 で、回収率は 63.2%であった。

データ分析に際しては、まず効用項目の因子分析から始めた。上述した 10 のメディアすべてが類似性のある 2 因子構造をしていたことから、「役立つ情報を得る」「出来事や話題を知る」「自分の考えを育む」などの負荷が高い因子を「道具的利用」、「楽しい気持ちになる」「孤独を紛らわせる」「暇つぶしをする」などの負荷が高い因子を「消費的利用」と名付け、10 のメディアごとにそれぞれ因子得点を算出した。

【得られた知見】

全体的な傾向として、就業の有無よりも、年齢や性別のほうが各メディアへの効用認識と関連性が強いことが示された。それぞれの効用認識を就業有群・無群で比較すると、ラジオやビデオ・DVD、パソコンなどは就業者のほうが高く、新聞や本・雑誌、テレビについては非就業者のほうが高いことが示されるが、効用認識を従属変数とした重回帰分析を行ったところ、就業の有無が与える影響は限定的であり、むしろ年齢や性別が強い影響力を有していたのである。

さらに、60歳以前の層と61歳以降の層を、リタイア前後の擬似パネルとして集団比較したところ、61歳を過ぎても仕事を続けている現役群（＝60歳以前の就業有群と61歳以上の現役群との比較）とリタイア群（＝60歳以前の就業有群と61歳以上のリタイア群との比較）とで顕著な違いは確認できなかった。つまり、リタイアによるメディアに対する効用認識の変化は予想よりも少なく、リタイアによって効用認識が増大するというのもごく一部に過ぎないことが示唆されたのである。

もちろん、サンプルの性格や主観性の高い効用認識を変数とすることの適性については議論すべきであろう。だが、本調査からは、リタイアというライフステージの変化によってメディアの効用認識に劇的な変化が生じるとも、またメディアが社会活動の補完機能を果たしているとも結論づけることはできなかった。むしろ、どのような社会的役割を持ったメディアであるか、そしてそれによって培われてきた利用者の慣習といった長期的なライフスタイルといったものが、シニア世代のメディア利用を「頑固に」規定しているとの説明のほうが妥当であるように思われる。メディアは社会活動の代替機能を有しているという言説についても再検討する必要があるかもしれない。

<D 会場>

芸能プロダクションとマーケティング

－アイドルマネジメント責任者の外部要因と内部要因の認識を例に－

濱田俊也（京都大学大学院 院生）

【キーワード】 エンタテインメント、テキストマイニング、実証研究

【研究の目的】

本研究の目的は、芸能プロダクションがビジネスを展開するに際し、該当するエンタテインメント市場に対してどのような意識を持っているのか、また自社アーティストに対してどのような利点と問題点を見出しているのか、考察することである。

マスメディアにとって主要なコンテンツであるエンタテインメントは、主としてタレン

トとファンの関係があって成り立っているが、そこにはメディア、制作会社、芸能プロダクションなど多くのプレイヤーも存在し、重要な役割を果たしている。学術的にはエンタテインメントについての研究は様々な学問領域に存在するが、本研究で特に取り上げる芸能プロダクションについては定性的、定量的研究ともによく見いだすことができない。

そこで、本研究では、芸能プロダクションのうち、特にアイドルビジネスを業とする芸能プロダクションのマネジメント責任者に対してインタビューを行い、分析を行うことで、経営やマーケティングの視点から芸能プロダクションについての考察を行うこととする。

【研究の方法】

調査対象は、芸能プロダクションのマネジメント責任者である。いずれも女性アイドルを担当しており、プロダクションの代表の場合もあればグループ責任者の場合もある。

調査方法は、ネット上のフォームを用いた記名式のネットインタビューとアンケート調査である。

質問項目は、「幅広く人気を博しそうなアイドルと理由」、「この1年のアイドルシーン振り返りと今後の展望」、「アイドル運営でうまくいっていることとうまくいっていないことと理由」、「今後の運営について」などである。

得られた約60社のマネジメント責任者の回答のうち、有効回答に対して、ソフトを用いて形態素解析などの分析を行う。

分析に際しては、得られた回答を質問項目に沿って「現状のアイドルシーンの分析」と「自社アイドルの優れた点と改善点の分析」とに分類し、また、回答者を担当期間の長いマネジメント群（以下長期間G）、短いマネジメント群（以下短期間G）に分け、それぞれ特徴語の抽出や語同士のつながり、対応分析などを行って、群間に差異があるかなどを検討する。

【得られた知見】

特徴語を抽出したことで、芸能プロダクションのアイドルマネジメント責任者はそれぞれ、「外部要因への意識」と「内部要因への意識」について、多くの共有する問題意識を持っていること、そしてそれらはマネジメント担当期間の長短によって注目点に異同が生じていることが明らかになった。

外部要因については、長期間Gと短期間Gとに共通して「アイドル」「グループ」「ファン」「ライブ」「イベント」といった頻出語があり、長期間Gには「解散」「人気」といった語が、また短期間Gには「SNS」といった語がより上位にみられた。長期間Gにとってはシーンの今後についての懸念が強いことがわかる。

内部要因については、長期間Gと短期間Gとに共通して「メンバー」「ファン」「ライブ」「運営」といった頻出語がある一方で、長期間Gには「イベント」「地元」「グループ」「スタッフ」「地域」といった語が、短期間Gでは「獲得」「維持」といった語がより上位にみられた。つまり、長期間Gでは継続、短期間Gでは新規獲得が意識されていることが見て

とれる。

本研究からは、①外部要因については、アイドルの担当期間がより長いマネジメント責任者は市場の推移と将来に、より短いマネジメント責任者は市場の現状に関心が強いこと、②内部要因については、担当期間がより長いマネジメント責任者はアイドルであることの維持と継続に、より短いマネジメント責任者は新規ファン獲得に注目が強い、ということがえる結果となった。

日本におけるマス・メディア倫理とジャーナリストの養成 —欧米メディア教育モデルから新たなモデルの試み—

アルン・プラカシュ・デソーザ（上智大学大学院 院生）

【キーワード】 ジャーナリストのアイデンティティ、ジャーナリズム教育、マス・メディア教育、ジャーナリストの養成、メディア倫理

【研究の目的】

本発表では、欧米を始め、日本に常に行われているメディア教育・ジャーナリストの養成の有様を整理し、ジャーナリストの養成に必要とされている要件を明確にする。メディア教育と養成の実情を理解するため、欧米と日本におけるマス・メディアの組織、システムを、比較しながら考察する。

欧米のメディア教育モデルを解説すると共に、人格的存在としての人間に求められる正義、尊厳、倫理、そして真理の具体的あり方の探求がどのようになされているのか明らかにする。同時にまた、その点を踏まえながら、日本人および日本社会に適した新たなメディア教育・ジャーナリストの養成の新しいモデルの構築を提示したい。

現代の課題の一つは、グローバル化された社会の中で、倫理的に優れた良心的なジャーナリスト（マス・メディア業界に携わっている人材）の養成である。欧米ジャーナリズムのプロフェッションがいかに理念的に確立され、制度的に保証されてきたかを考慮にいれながら、ジャーナリスト教育に焦点を当てて論じたい。

【研究の方法】

本論のテーマについて既に記述されている論文や文献を、考察・分析した。欧米を含む、日本のマス・メディア業界に関わっている従事者は理解しているマス・メディアの意義と現状の把握のため、メディア関係の書籍に言及されているメディアの制度と役割、またジャーナリストの養成について整理し、考察した。

【得られた知見】

①西洋社会において、欧米のメディア教育とジャーナリストの養成にキリスト教を含む組織化された信仰・宗教は深く影響しており、メディア組織を理解する前提となる。とく

に、キリスト教が主張している正義、尊厳、倫理、そして真理の具体的あり方と宗教とメディア組織との関係はメディア研究に分野では欠かせないものである。また、西洋社会においては、教会がその教義に則り、ジャーナリズムの規範、あり様について少なからず発言し、その発言に対し、ジャーナリズムの現場も対応してきた歴史がある。それは、自らに課す高い倫理性が、外敵から自らの活動を守ることにつながるとの信念からであった。

②藤田博司は、上智大学における最終講義（2005年1月22日）の中で、ジャーナリズムの価値を守るために個人として何をするか、またどう行動するかについて、欧米と日本のジャーナリストとの間には、大きな開きがあると語っている。つまり、ジャーナリストという職業に対する意識と理解は、欧米と日本では異なっている。ジャーナリストという仕事をどう捉えるかという点において、日本では、個人としてのジャーナリストであるという以前に、〇〇新聞の記者や〇〇放送局の派遣であるといった意識の方が先だっている。そのため、企業の利益や立場を優先する傾向がある。

③日本において、基本的なメディア教育は、ある特定のメディア・ハウスや企業に入ってからなされる。それゆえ、そのメディア・ハウスや企業の立場を優先するがために、いきおい、事実がまげられたり、ただ単につじつまを合わせるような報道がなされる可能性がある。企業倫理が個人としてのジャーナリストの立場を築いている。これは、明らかにシステムの限界を現している。なぜ日本において、メディア従事者の養成ができないのか、考察する必要がある。

④マス・メディア従事者の日々の体験と活動に焦点を当てると共に、学術的な知識や哲学に基づいた教育・養成を行う必要がある。学術研究抜きの現場体験や論理に基づいたジャーナリズム倫理学の教育やメディア業界に携わっている人々の養成は深みのないものになる危険性がある。ジャーナリズム倫理の教育は、その倫理観や社会的な責任に関係しているジャーナリストやマス・メディアの関係者らを育て、励ますことが喫緊の課題となっている。しっかりした土台に建設された形而上学としての倫理教育が求められると共に、メディア現場の人々の経験を活かしながら、明確な指針を示さなければ倫理的養成は曖昧な状態になり、その教育は確立しない。社会における正義と人の尊厳を優先しながら報道する立場が、ジャーナリストやメディア業界に携わっている人々にとって欠かせない条件となっている。

⑤情報伝達を通して人と人、社会と社会、文化と文化、国と国との交わりと協力を促進するネットワークとしてのマス・メディアを維持する教育は極めて大切である。メディアの技術の進歩や情報交換は、時間と空間をこえて、メディアの利用者と視聴者に伝わっていく。このような発展は、共通善への奉仕のために大きな力になると共に、伝統文化を保護し、それを促進するものと考ええる。

今後の課題の中に、このような人材の養成モデルの構築を目指すことが含まれている。こうして、さらにメディア倫理に基づくジャーナリストの養成モデルの具体的あり方を提

示したい。

インターネット利用に関するリテラシー教育について

吉武希（上智大学大学院 院生）

【キーワード】 コミュニケーション論、若年層、インターネット、メディア・リテラシー、情報モラル

【研究の目的】

インターネット上のコミュニケーションは、Twitter や LINE 等のソーシャルメディアの特徴等を理解した上で利用する必要がある。なぜなら、誰もが気軽に情報を得ることや発信することができるといった便利なソーシャルメディアだが、利用を発端とした事件に巻き込まれることがあるからである。この現状に対して、青少年の実態や教育現場でのソーシャルメディア利用による問題への対策を調査、比較し、考察していく。

【研究の方法】

①文献調査：メディア・リテラシーがインターネットの登場により、どのように変化してきたか、また、教育現場での情報モラル教育について、学習指導要領を基に調査する。

②各種調査：青少年のインターネットやソーシャルメディア利用の実態を、関連省庁の調査を基に把握する。また、青少年のインターネット利用についての取組を法律を基に調査する。

【得られた知見】

初めに、メディア・リテラシーがインターネットの登場による変化を、文献を中心に調査した。

メディア・リテラシーとは、受け手が一方的に「受動的」かつ「無批判的」にマスメディアからのメッセージを受け入れることがないように「主体的」「批判的」な読み取り能力である。一方で、ネット・リテラシーは、既存メディア、または不特定多数が提供した情報を批判的に読み解く能力と、情報を使いこなす能力が、インターネット上の利用において重要とされる。インターネット・リテラシーでは、情報を読み解く能力としての技術や使いこなす能力としてのコミュニケーション能力が強調されてきた。しかし、2010年以降は技術の進化に伴うインターネット上でのコミュニケーション変化に対応するため、情報を使いこなす、批判的に読み解く能力を更新し続けていく、ネット・リテラシーが必要となる。つまり、より実践的なリテラシー教育が重要になってくると考えられる。

次に、小学生から高校生までにおける青少年（満10歳から満17歳）のインターネット利用状況について、内閣府が調査したデータを基に把握した。そして学習指導要領を基に、教育現場の現状を調査した。

内閣府の『平成 29 年度青少年のインターネット利用環境実態調査』によると、何らかの機器を利用しているインターネット接続率については、小学生は 86.3%、中学生は 92.4%、高校生は 98.6%である。また、スマートフォンの利用率については、小学生 18.9%、中学生は 48.2%、高校生 95.9%となっている。以上のような青少年のインターネット利用状況により、学校教育では、インターネットを利用していることを前提として、情報モラル教育を実施している。小学校では「総合的な学習の時間」や「道徳」等、中学校では「技術・家庭」、高等学校では「情報科」において、「情報モラル教育」が行われている。

そして、総務省では「青少年のインターネット・リテラシーを可視化するテスト」を実施している。『青少年のインターネット・リテラシー指標等』によると、テストの解答率は、テスト開始した 5 年間から、毎年平均して 7 割程度と停滞している。

最後に、青少年のインターネット利用に関して「青少年インターネット環境整備法」という法律を基に、社会全体の取り組みについて調査する。この法律では、保護者は、青少年が利用するスマートフォンや携帯電話等の端末に必ずフィルタリングサービスを導入することや、インターネット利用の内容を把握することが義務付けられている。また、携帯電話企業や契約代理店においても、契約者や利用者の年齢の確認やフィルタリングの説明責任が義務付けられている。しかし、スマートフォンでのフィルタリングサービスの利用率は、44%と全体の半数以下という調査結果になった。一方で、フィルタリングサービスは、青少年がネット上のトラブルを回避するために有効だという調査がある。警察庁の『SNS 等に起因する被害児童の現状と対策について』では、ソーシャルメディアを通じて児童ポルノや児童買春の被害に遭った 9 割の被害者は、フィルタリングサービスを利用していなかった、としている。つまり、フィルタリングサービスを利用することで、被害を回避することが可能であると言えるだろう。そして、フィルタリングサービスは、青少年自ら積極的に利用するよう、指導することを教育現場には求められている。

以上の調査から、教育現場では情報モラル教育として、インターネットにおけるモラルやマナーについて学ぶ機会を与えるとしたが、より実践的なリテラシー教育は行われていないのではないかと考える。また、保護者による青少年が利用するスマートフォンや携帯電話等の端末に、フィルタリングサービスの適用を徹底する等、大人への情報モラル教育の普及啓発活動も積極的に行っていく必要があるだろう。

ワークショップ

ワークショップ1

「フェイクニュース」時代のメディア・リテラシー教育を考える

司会者：藤代裕之（法政大学）

問題提起者：耳塚佳代（日本ジャーナリスト教育センター）

（企画：耳塚佳代会員）

【キーワード】メディア・リテラシー、フェイクニュース、ソーシャルメディア、ジャーナリスト教育

2016年の米大統領選以降、ソーシャルメディアを通じたフェイクニュースの拡散が社会問題として表面化し、世界各国で対策が行われている。フェイクニュースの発信者、拡散経路の解析は進むが、フェイクニュースをどのように発見するのかは非常に難しい。報道機関では判断は記者の経験に頼っており形式化は十分ではなく、そのためソーシャルメディアを利用する人々にとってフェイクニュースの発見は非常に困難である。

米スタンフォード大歴史教育グループ（Stanford History Education Group）の研究によれば、普段からネットに親しむ若者でも、事実や信頼できる情報源を選別する能力は低く、うその情報に簡単にだまされてしまう傾向が強いことが明らかになっている。研究では、約8千人の中高生及び大学生を対象に、ウェブサイトやソーシャルメディアに投稿された情報をどう評価するかを調べた。その結果、10代の80～90パーセントが、正しい情報とフェイクニュースを見分けることが困難だったという。研究チームは、若者のメディア・リテラシー能力の現状について「bleak（希望が見出せない）」と指摘している。

また英国でも、「フェイクニュースとクリティカル・リテラシー・スキル教育に関する委員会」（The Commission on Fake News and the Teaching of Critical Literacy Skills）が、約2千人を対象にした調査を行っている。生徒の約半数が、フェイクニュースを見分けられるか不安であると回答し、実際フェイクニュースをすべて見抜けたのは全体の2%という結果が出ている。特に、恵まれない家庭環境にある生徒などはリテラシー能力が低く、最もフェイクニュースにだまされやすかった。報告書は、ネット空間におけるフェイクニュースとの接触は、生徒の自尊心、ジャーナリズムへの信頼、そして民主主義そのものを損なっていると警告している。

こうした背景を踏まえ、海外では、フェイクニュースに加え、オンラインコンテンツの信頼性を見分ける方法について研究が進められている。実際の調査結果に基づいて従来の教育手法を見直し、新たなアプローチも提案されている。スタンフォード大歴史教育グル

ープでは、コンテンツ内に情報の出所が明記されているか、筆者は誰か、といった項目を確認する従来の「チェックリスト方式」に代わり、プロのファクトチェッカーが事実検証に用いるスキルをメディア・リテラシー教育に応用することを提案している。ワシントン州立大学では、不確実情報に関して学生が実際に調査を行い、ウィキサイトを編集しながら結果をまとめるプロジェクトを実施している。

日本国内でもオンラインの誤情報は問題になっているが、発信源が不明なネット情報の真偽を検証する取り組みは少なく、誤情報を見分ける具体的な方法は確立されていない。ジャーナリズム教育でも具体的には示されていない。新聞通信調査会の「第10回2017年メディアに関する全国世論調査結果」によると、フェイクニュースを意識しているのは4割で、若者は5割を超えている。その一方で、インターネットニュースを見る時に出所を気にしているのも4割だが、若者は気にしない人が6-7割と突出しており、ネットの誤情報にだまされない方法や、具体的スキルを教えるものは乏しいと考えられる。

そこで本ワークショップでは、提案者らによる調査を元に、国内における「フェイクニュース」時代のメディア・リテラシー教育を考えたい。スタンフォード大歴史教育グループと、ワシントン州立大学における取り組みについてヒアリングを行い、これらの調査内容をもとに、日本国内でも実施可能か、より効果的な方法はないかを検討したい。

ワークショップ2

中国語ソーシャルメディアの分析手法 ー変化する中国メディアをどのようにとらえるかー

司会者：細貝亮（世論総合研究所）

問題提起者：于海春（早稲田大学大学院 院生）

問題提起者：工藤文（早稲田大学）

（企画：工藤文会員）

【キーワード】中国語、計量テキスト分析、中国メディア、内容分析、微博

本ワークショップの目的は、近年注目が集まる中国語のテキストデータに対する計量テキスト分析の応用可能性を検討することである。なお、本ワークショップでは中国のメディアの中でも、新聞と微博（ウェイボー：中国語版ツイッター）を対象に扱う。

計量テキスト分析とは、文章または単語をデータとみなし、統計処理によって量的にテキストの傾向や内容を把握する分析手法である。計量テキスト分析は、テキストの文脈を考慮しながらも大量のデータを扱うことができるという利点を持つ。中国では新聞社のホームページ、微博などを通じて大量のテキストデータが入手できるようになっている。これらのデータを研究に活用することで、より中国社会の実態に迫ることが可能であろう。

中国語のテキストデータに対する計量テキスト分析は、海外ではすでに数多くの研究蓄積があり、重要な研究が発表されている（例えば、King 他 2013）。また、日本においては KHcoder の公開によって日本語テキストを対象とした計量テキスト分析が広く普及することになった。さらに、KHcoder で中国語が分析可能になったことで中国語の計量テキスト分析の研究成果も発表されつつある。このように、国内において、中国メディアへの関心の高まりや、中国メディアを分析する留学生などの増加を背景に中国語の計量テキスト分析に対する需要が高まっている。

しかし、日本では中国語の新聞記事や微博に対する計量テキスト分析はいまだに研究の蓄積が少ないという現状がある。中国語テキストを対象とする計量テキスト分析にはどのような問題点があり、どのような可能性を持つのか、議論が行われたことはほとんどない。その原因として、テキストデータの収集方法や分析手法など、土台となるプラットフォームが研究者間で十分に共有されていないこと、議論を発展的にリードする研究者の人的なネットワークが構築されていないことなどが考えられる。

そこで、本ワークショップではマス・コミュニケーション研究における新しい手法として、中国語テキストを対象とする計量テキスト分析の応用可能性を検討したい。その上で、研究者同士の情報共有と人的ネットワークを促進する機会として本ワークショップを位置づける。

本ワークショップは問題提起者 2 名、司会者 1 名の体制で行う。問題提起者の于海春氏と工藤氏は共同研究として中国語の計量テキスト分析を進めている。そのため、今回のワークショップではこれまでの成果を報告するとともに、分析の中で直面した問題点を参加者と共有したい。細貝氏には内容分析に関する論文を多数執筆した経験に基づき、広い視点で議論を整理していただく予定である。

本ワークショップでは、三つのパートに分けて議論を進めたい。第 1 パートでは、中国語テキストに計量テキスト分析を応用した例として、中国の微博データを分析対象とした報告を行う。中国の党報（党機関紙）が配信している微博のデータを対象に、統計ソフトである R を用いて、それぞれの微博の内容の類似を機械的に測る試みを紹介する。

第 2 パートでは、中国語の計量テキスト分析を行う際に直面する問題点をまとめた報告を行う。次の二つの点を中心に取り上げる。第一にデータ収集における問題点、第二に手法の長所・短所である。第一にデータ収集における問題点では、中国の新聞のデータベースが不完全なことによるサンプル収集の問題、ツイッターデータの収集における技術的な問題などを議論する。第二に手法の長所・短所では、R、Python、KHcoder などの統計ソフトを比較し、それぞれの特徴をまとめる。日本語 Windows 環境で利用する際の問題点など技術的な問題も検討する。さらに、日本語・中国語にかかわらず計量テキスト分析に共通する問題点として、問題設定や仮説設定の難しさ、複数の解釈が存在する問題についても言及したい。

最後の第 3 パートでは、フロア全体から意見を集め中国語データの計量テキスト分析をマス・コミュニケーション研究にどのように生かすことができるか、その可能性を検討す

る。本ワークショップで情報共有を行うとともに、今後の計量テキスト分析の手法に関する発展的な議論を行う。以上から、中国語を対象にした計量テキスト分析の手法に関するプラットフォームの構築や研究者同士の交流を促進するきっかけとしたい。本ワークショップでは、これから計量テキスト分析を利用しようと考えている若手研究者や、すでに利用している専門家など、幅広く参加を歓迎したい。

ワークショップ3

日本のテレビは、第二次世界大戦をどう“記憶”してきたか

司会者：杉山あかし（九州大学）

問題提起者：コルドバ・アロジョ・エステバン
（九州大学大学院 院生）

討論者：松岡智文（九州大学大学院 院生）
（企画：杉山あかし会員）

【キーワード】第二次世界大戦、記憶、加害、被害、テレビ

1931年の満州事変から日中戦争、太平洋戦争へと続く一連の戦争について、日本のテレビはどのような描写を行なってきたのであろうか。いくつかの典型的な場面を思い浮かべるのはさして困難なことではない。原爆の爆発シーンと原爆被害者たちの悲惨な状況、空襲により破壊されていく日本の都市と逃げ惑う人々、また、横暴な上官や古参兵により虐待される苦難に満ちた旧日本軍の軍隊生活、あるいは軍国体制によって圧迫される市井の人々の日常生活。さらにこういったいずれの場面においても随時挿入される日本人が被った大きな打撃についての描写、特に最大の打撃である知人・隣人・家族・本人の死のエピソード。さてしかし、ここには決定的な不在がありはしないだろうか。

太平洋戦争末期こそ、日本の諸都市が連合軍の攻撃対象となったが、それまでは、日本軍こそが主に東／東南アジア諸地域に対し攻撃をしていたのであり、逃げ惑っていたのはその場の住人たちである。三八式歩兵銃で、あるいはその先に取り付けた銃剣で、人々を殺す日本兵の姿は、そこに確かにあったはずなのに、テレビ画面の中で、我々がそれを目にする機会はない。

集合的記憶の形成において、テレビが大きな役割を果たしていることは誰も否定しないだろう。そのテレビの描く“戦争の記憶”に大きな欠落がある。

既に2007年と2008年、杉山を中心とするグループは、両年の8月1日から15日まで、地上波主要6テレビ局の全番組を録画し、そこにおけるこの種の不在のあり方について分析を行なっている。今回は2017年の分析結果を取りまとめたので、そのデータをもとに、

わが国における「戦争の記憶」構築について、テレビの役割を中心に議論してみたい。

報告は、数量的内容分析作業を中心となって行なったコルドバ・アロージョ・エステバンが行なう。ただし、2007・2008年データでは、ドキュメンタリー／ワイドショーといった番組ジャンルによって描写に大きな違いがあることが明らかとなっている。番組ジャンルの“語法”の観点から、討論者として松岡智文が数量的データの再評価を行なう。

特に民放においては視聴率が番組の成否を決めるため、視聴者に不快な思いをさせる可能性の高い、日本および日本人の加害行為に関する番組の制作は難しいと考えられるが、例えばYahoo知恵袋への書き込みに、第二次世界大戦の被害者数（死者数）が一番多い国は原爆を落とされた日本かと問う書き込みが見られるなど、不正確な現実認識が珍しくない現状において、歴史記述者としてのマス・メディアの役割はどうあるべきか、議論してみたいと考えております。

なお、本企画において対象としている戦争は冒頭にも記したとおり、1931年の満州事変から日中戦争、太平洋戦争へと続く一連の戦争であるが、これを指す言葉として「あの戦争」もしくは「15年戦争」といった用語は、必ずしも一般化、習慣化していないので、本企画の表題としては「第二次世界大戦」を用いている。

ワークショップ4

新たな環境のもとでのメディア表現とジェンダー

司会者：林香里（東京大学）

問題提起者：村田玲子（ビデオリサーチ）

討論者：田中東子（大妻女子大学）

（企画：田中東子会員）

【キーワード】ジェンダー、テレビコマーシャル、オーディエンス・エスノグラフィー、多様性

1970年代以降の第二波フェミニズムのもと、メディアやマスコミュニケーションと性差別やジェンダーに関する問題への研究が進められてきた。しかし近年、この分野の研究は縮小再生産の傾向にある。その一方で、テレビやインターネット上でのCMや広告動画における女性の表象がSNSなどを通じて批判され、問題視されるという現象が起これ、「#me too」などSNS上での新たな女性たちの運動が立ち上がりつつある。こうした流れを受けて本ワークショップでは、昨今のメディアとジェンダーに関わる現象を、1980年代以降に英米圏で議論されてきたアクティブ・オーディエンス論枠組みから再検討する。メディアのオーディエンスはメディアのコンテンツや表象、イメージを各自のおかれた社会的コンテキストや環境との相互作用の中でさまざまに意味付け、解釈しているというアクティ

ブ・オーディエンス論によって提起された行為が、メディア環境の変化を通じて急速に公共空間で表出され、塊として浮上してきたと考えられるためである。

つまり、これまでメディア・メッセージへの様々な解釈を表明する機会を与えられてこなかった女性たちが、自分たちの意見や受容したメッセージの解釈を SNS などのツールを用いて表明できるようになったのである。しかし、オーディエンスによるメディア・メッセージの解釈の多様性について仮説的に論じられてきてはいるものの、集中的なインタビュー調査を用いながら、そのプロセスについて実証的に調査分析した研究は、日本ではまだそれほど多くない。そこで、テレビ CM で描かれる女性像や男性像を視聴者はどのように読み解いているのかを実証的に明らかにすることを目的として、ビデオリサーチ社でジェンダーと広告の問題に取り組んでいる村田玲子から、問題提起者として以下の調査に基づいて報告を行ってもらおう。

その調査とは、2017-2018 年にかけて放送されたテレビコマーシャルのうち、男女それぞれが家事行為をしている表現要素のある素材と、女性が外で仕事をしている表現要素のある素材を有意で抽出し、2018 年 3 月から 4 月にかけて、社会属性の異なる 7 つのグループにフォーカスグループインタビューを行ったものである。7 つのグループは、4 つの女性グループ (①「パート・専業ママ」グループ、②「ワーキングママ」グループ、③「ワーキングシングル」グループ、④「女子大学生」グループ)、および 3 つの男性グループ (⑤「妻がパート・専業ママ」グループ、⑥「妻がワーキングママ」グループ、⑦「男子大学生」グループ) である。それぞれのグループは 5~6 名で構成され、合計 41 名に対して日常的なメディアとの接触の状態や、各家庭内での家事への関り、家族関係などを詳細に聞き、対象素材を動画で提示した上でインタビュー調査を行った。なおグループインタビューに先行し、インターネット調査にてグループインタビューと同素材を提示した上で、テレビコマーシャルの内容評価およびジェンダー意識や価値観に関する定量調査も行っている(2017 年 10 月実施 N=2495 s)のでその結果についても併せて報告する。

さらに、過去 10 年分の代表的な食品や日用品のテレビコマーシャルアーカイブスに対して詳細な内容分析を行った結果、この期間にテレビコマーシャルで描かれる男女像や家庭像が変化していることから、主たる家事行為者の性別を判別し、男女別の本数のトレンドを明らかにした。これらの調査により、年齢や性別などの社会属性ごとに応じて、描かれている男女像や家庭像に関する意見が複数あることや、意見の共通傾向ないしは相違しやすい部分があることが実証的に検出された。特に、同じ性別のグループであっても、世代差による意見の違いがあることが判明したのでその背景についても考察していく。

問題提起を受ける形で、メディア文化とジェンダーの観点から研究を行ってきた田中東子が討論者として、性差や世代、家族形態に応じて人々の意識が多様化し、ジェンダーや家族イメージに関する「主流の」表現の成立が困難になってきた現状について、1990 年代以降の新しいフェミニズム (第三波フェミニズム) の理論的見地から討論のポイントを整

理する。その上で、ジェンダー的な表現のみに限らず、メディア表現の多様性を担保していくために、作り手、オーディエンス、研究者たちがどのようにメディアに介入していくことができるのか、参加者の問題関心を踏まえつつ、広く議論を展開し、ともに考えていく場としてこのワークショップを活用していくことにしたい。

ワークショップ5

やくざ映画におけるジェンダー・イメージ

司 会 者：谷本奈穂（関西大学）

問題提起者：東園子（京都産業大学）

討 論 者：福間良明（立命館大学）

（企画：メディア文化研究部会）

【キーワード】やくざ映画、プログラム・ピクチャー、ジェンダー、女性像

日本の映画史において重要なジャンルの一つに、やくざ映画がある。やくざは日本の大衆的な物語に頻出するモチーフの一つであり、映画においても古くから登場してきた。だが、ジャンル映画としてのやくざ映画の起点は、大手映画会社の一つである東映が1963年より量産した任侠路線に置くのが一般的だろう。当時は大手五社が邦画市場をほぼ独占していたが、やくざ映画は1960年代後半の東映作品の多くを占め、その人気を受けて日活・大映など他社もその制作に乗り出し、日本映画界を席卷した。1970年代に入ると人気に陰りが出たものの、1973年に東映の『仁義なき戦い』が大ヒットし、批評的にも高い評価を受け、やくざ映画は息を吹き返した。1990年代以降は映画としては製作本数が少なくなるが、ビデオ作品が盛んに作られており、それを含めて考えると息の長いプログラム・ピクチャーといえる。

本ワークショップは、このやくざ映画をジェンダーの視点から考察するものである。やくざ映画は主に男性から支持されており、また、キャッチコピー等でしばしば「任侠」という言葉を「おとこ」と読ませるなど、男性性（masculinity）を表現することに注力しているジャンルと見なせる。興味深いことに、男性学において日本で「男らしさ」が変容したと指摘される1970年代に、このジャンルを主導していた東映のやくざ映画も大きな変化を見せている。東映は『仁義なき戦い』のヒットにより、それまでの、主に戦前を舞台に理想化されたやくざを描く任侠路線から、戦後の実在のやくざを題材にする実録路線へと大きく舵を切った。この任侠路線から実録路線への転換において、やくざ映画におけるジェンダー・イメージがどのように変化したかを考察することは、日本映画研究にとってもジェンダー論にとっても意義のあることだろう。

本ワークショップでは、東園子会員が問題提起者として、東映やくざ映画の任侠路線と実録路線のそれぞれを代表するシリーズである『昭和残侠伝』（高倉健主演）と『仁義なき戦い』（菅原文太主演）の第一作における女性像を比較分析する。先述したようにやくざ映画は男性性を描くジャンルといえるが、男性性は女性性（femininity）との対比によって規定されるため、やくざ映画におけるジェンダーイメージを考えるうえでは女性性の描き方にも注目する必要がある。ジェンダー論的なやくざ映画研究は、そこで描かれる男同士の絆の分析か女性を主人公にした作品の分析が多く、男性が主役の作品における女性登場人物の分析は希少なものと見える。この東会員の問題提起を受けて、戦争映画など男性性と関わりの深いミリタリー文化の研究を行う福間良明会員が討論者としてコメントを行う。本ワークショップの議論を他のジャンルの日本映画や男性文化にまで広げ、この企画の意義をさらに高めるには、福間会員のコメントが不可欠である。司会は、少年・少女向けマンガの分析を手掛けた谷本奈穂会員が務める。これら3名が登壇することによって、本ワークショップはやくざ映画のみならず、広く日本の男性向けメディア文化におけるジェンダー・イメージを考えるうえで貴重な機会となるだろう。

ワークショップ6

プラットフォーム展開で変わるローカル放送局と地方紙 —交錯するメディアの未来は—

司会者：井上裕之（日本放送協会）

問題提起者：関谷道雄（日本放送協会）

討論者：長井展光（毎日放送）

（企画：放送研究部会）

【キーワード】テレビ、ラジオ、新聞、ネット、地域

Yahoo!ニュースや、LINE NEWS、スマートニュースなどのプラットフォームの活用によって、放送業界が変わりつつある。ネット社会の進展に伴うプラットフォームの利用は、当初は地方紙の参入が目立ったが、ここ数年は放送業界も本格的に参入を始め、数多くのローカル局が配信を始めている。放送以外の伝送路の可能性を探りたいという狙いに加え、県内だけでなく県外においても局のプレゼンスを高めたいという狙いがある。

このうち、テレビ局では、ニュースの文字情報とその動画を配信する例が目立つ。一方、ラジオ局では、放送内容を文字情報化してネットで配信し、そこに、放送と同じ内容をネット配信することができる radiko のタイムフリー機能へのリンクを張っている例が多い。ニッポン放送やCBC ラジオはこうした手法で、スマホを利用する若者など、従来とは異なる

る年齢層のリスナーを獲得することに成功している。

こうした試みによって、圏外からのアクセス数が地元のアクセス数を上回るケースまで現れている。また、地元の問題を、「東京目線」に変えず、あくまで地元の視線のまま圏外へ発信することも可能になり、東京からの誤解を解くことに成功する事例も見られるようになってきている。その反面、ネット配信することで、ローカル放送の際には生じなかった、いわれなき誹謗中傷を浴びるケースも現れ、新たな課題も見え始めている。

こうした動きの一方で、逆に、スチール写真に力を注いできた新聞社が「動画」を撮影・配信する動きも活発化している。朝日新聞や毎日新聞などの全国紙は、ジャーナリズムの視点からすでに動画配信で一定の成果を上げている。ローカル紙も参入しており、琉球新報は、去年、Yahoo!ニュースと共同で、沖縄戦や戦後の米軍基地拡大についての動画を制作・配信することを実現させた。また、西日本新聞は、子会社が4Kのプロモーションビデオの制作を行い、収益に結びつけている。新聞社の動画への取り組みはテレビ局と競合する時代を迎えている。

こうした、メディアの種類や圏域を越えた“越境”の試みが進む一方で、経営的な視点からは、マネタイズは難しいという声も多い。ネットでの視聴回数をあらかずページビューに応じた対価の支払いを受けるものの、十分な収益を上げられないところは多い。また、これまでの業務をしながら、どこまで新たな業務に手を広げるのかも、会社ごとに事情が異なる。

本ワークショップでは、こうした放送局や新聞社の動きを調査・研究してきた、NHK放送文化研究所の元主任研究員（現・NHK 考査室勤務）の関谷道雄氏に、問題提起者として登壇していただき、ローカルの視点を軸に、先行事例や新たに生まれた課題などを紹介していただく。

その上で、討論者として、毎日放送の長井展光氏に登壇していただく。長井氏はデジタル時代の放送メディアや、地域メディア・ネットメディアとの連携の実務を担当し、民放連や放送サービス高度化推進協会などの諸委員を務めている経験から「キー局以外」の視点、ローカル民放経営の視点から意見をいただき、プラットフォームを利用したローカル局の直面する課題を報告する。

これらを踏まえて、ローカル局の将来像について、参加者と意見を交わしたい。

ワークショップ7

メディアを横断する〈戦記〉

司会者：山本昭宏（神戸市外国語大学）

問題提起者：佐藤彰宣（立命館大学）

討論者：赤上裕幸（防衛大学校）

（企画：メディア史研究部会）

【キーワード】戦記雑誌、架空戦記、戦争文学、マンガ、「戦争の記憶」

戦後の日本社会では、さまざまなメディアを通して「戦争の記憶」が紡がれてきた。現在でも映画や小説、ドラマなどで「先の戦争」は描かれ続けており、2010年代以降の展開としてはアニメやゲームとしても戦闘機や戦艦などのミリタリー要素を扱った作品が人気を博している。

「戦争の記憶」とメディアの関係性については、本学会でもこれまで個人発表やシンポジウム、ワークショップなどで盛んに取り上げられてきたテーマである。新聞や総合雑誌での政治的な論争に加えて、テレビのドキュメンタリー作品や、あるいは映画やマンガなどのポピュラーカルチャーにも対象を拡大しながら、それらの丹念な発掘作業と精緻な分析がなされてきた。こうして各ジャンル・各媒体の個別具体的な検証が進んできたが、その一方で、相互の参照関係やメディア全体を俯瞰する視座については、おそらくまだ検討の余地が残されているようにも思われる。

そこで本ワークショップでは、マンガや文学、映画、SF、模型、軍歌など複数のメディアを横断する〈戦記〉と、それを取り扱う媒体としての戦記雑誌（例えば『丸』（1948年～）や『今日の話題戦記版』（1955年～1962年）など）を題材にしながら、「戦争の記憶」とメディアの関係性を問う研究についての新たな展開を模索してみたい。もともと占領終結後の戦記ブームのなかで、戦争体験記を綴り、共有する雑誌として生まれた戦記雑誌だが、次第に「戦争」を共通項に、さまざまなメディアを縦横無尽に横断する媒体へと変化していった。

例えば、昭和初期の代表的なマンガ作品として知られる田河水泡「のらくろ」は、あまり知られていないが戦後、実は戦記雑誌『丸』上で連載が1958年より再開されている。また戦中派知識人として著名な安田武による戦争文学批評も、1960年代の同じく『丸』で連載された。他にも、同時期の戦記雑誌に掲載されたのは、映画批評や模型製作の解説、軍歌の紹介、あるいは戦後日本を代表するSF作家・小松左京らによる架空戦記など、さまざまなメディアを〈戦記〉として架橋するものであった。

以上のように、戦記雑誌は多様な「戦記メディア」の結節点であり、読者にとってはさまざまなメディアに接触するための起点となっていた。その意味で、〈戦記〉および戦記雑

誌は「戦争の記憶」とメディアの関係性についての新しい視座を提供する可能性を持つ素材であろう。現在でも多くの作品がメディアミックスとして展開され、私たちは文字通り複数のメディアを「横断」しながら「戦争の記憶」に触れている状況を踏まえれば、ここでの知見は決して単なる雑誌史研究に留まらない射程を持つものとなるだろう。

司会者は、『核と日本人』（2015年）や『教養としての戦後〈平和論〉』（2016年）などで、原爆や戦争に対する日本人の意識の形成過程をさまざまなメディアとの関係において検証してきた山本昭宏会員（神戸市外国語大学）が務める。また『ポスト活字の考古学』（2013年）で提示された「歴史のIF」を問う視座より、現在は架空戦記や歴史改変SFについての研究を進めている赤上裕幸会員（防衛大学校）を討論者として迎えることで、戦記、あるいは戦記雑誌という対象が持つメディア史研究としての展開可能性をより具体的に議論することができるだろう。

本ワークショップでは、まず問題提起者の佐藤彰宣（立命館大学）によって、戦記雑誌の特徴とその変遷についての報告を行う。同報告を叩き台として、討論者よりコメントが加えられることで、メディア史研究として「戦争の記憶」とメディアの関係性をいかに新たな視座から検討することが可能か、という論点を示唆したい。さらにフロアの参加者も交えながら、さまざまな視点からの活発な議論を行っていきたいと考えている。

ワークショップ8

ジャーナリズムの現場におけるハラスメントの問題

司会者：水島宏明（上智大学）

問題提起者：横田由美子（ジャーナリスト）

討論者：四方由美（宮崎公立大学）

（企画：ジャーナリズム研究・教育部会）

【キーワード】ジャーナリズム、セクシュアルハラスメント、ジェンダー、パワーハラスメント、権力とメディア

今年4月、福田淳一前財務事務次官によるテレビ朝日記者に対するセクシュアルハラスメント（セクハラ）が明るみとなり、これまで多くの人が認識していながら、なかなか表に出ることがなかったジャーナリズムの現場におけるセクハラの問題が大きなテーマとなった。各メディアが大きく報道し、社説や署名記事などで見解を公表したほか、日本新聞協会は「記者等に対するセクシュアルハラスメントに関する決議」を採択、日本民間放送連盟は「取材者へのハラスメント行為に対する基本姿勢」を決定している。

こうした動きによって、セクハラ問題への認識が高まったことは間違いない。しかし、

まずは、この問題がこれまでクローズアップされてこなかった事実自体が重要な論点となる。人間性を否定するハラスメントを受けながら声を上げることができない多くの女性記者がいた（今もいる）理由を、ジェンダーの問題やメディア企業内の人事システム、取材・報道のあり方などから問い直す必要がある。

また、麻生太郎財務大臣から「男の記者に替えればいい」との発言があった事実も看過できない。今回の問題が大きくなったことで、逆に女性記者の活躍の場が奪われるようなことがあってはならない。背景や価値観の異なる多様な記者が活躍することで、ジャーナリズムにおける視点の多様性が生み出される。ハラスメントの問題は、社会の多様性の否定につながりかねない。

そして、セクハラとともに、取材源と記者の力関係から生じるパワーハラスメント（パワハラ）の問題を追及する必要がある。男性記者が取材現場でパワハラを受けながら、声を上げられず表面化しない事例もある。ジャーナリズムの現場におけるハラスメントの問題は、さまざまなケースを総合的に捉えていくことが必要である。

これらの点から、このワークショップが問うべきテーマは権力とメディア、権力とジャーナリズムの関係に向かうと考えられる。市民の知る権利に応えるとともに、記者の人権を守るジャーナリズムのあり方をどう確立していくべきか。取材・報道のシステムからニュース価値の問い直し、ジャーナリズムの目的にまで、議論を深めていきたい。

問題提起者はジャーナリストの横田由美子会員である。長く財務省を取材してきた経験があるほか、ジャーナリズムの現場におけるセクハラ問題について積極的に発言している。討論者の四方由美会員（宮崎公立大学）には、ジェンダーとジャーナリズムの問題、女性記者の労働問題を研究テーマとする立場から、横田会員の問題提起を敷衍していただく。今回のワークショップは、現場のあり方と密接にかかわるテーマの性格上、現場記者の問題提起を受け、大学研究者との対話によって議論を深めていくことが有益であると考え、問題提起者と討論者をそれぞれ設けることとした。

多くの方の参加を期待するとともに、具体的にジャーナリズムの現場の改革につながる議論ができれば幸いである。

ワークショップ9

ネット右派の歴史社会学

司会者：土橋臣吾（法政大学）

問題提起者：伊藤昌亮（成蹊大学）

討論者：辻大介（大阪大学）

（企画：ネットワーク社会研究部会）

【キーワード】 ネット右翼、右傾化、排外主義、ヘイトスピーチ

いわゆる「ネット右翼」の形成、そしてネット文化の右傾化という現象は、一般にはゼロ年代前半に始まったものとして理解されている。02年の日韓共催ワールドカップサッカーなどをきっかけに、2ちゃんねるでは「嫌韓」の動きが盛んになり、05年の『マンガ嫌韓流』の出版などにより、そうした動きが可視化されることになったとする見方だ。しかしこうした見方はむしろ近視眼的なものだろう。

実際にはすでに90年代から、雑誌『SAPIO』に牽引された「新保守論壇」と連動し、「日本ちゃちゃちゃ倶楽部」や「鐵扇會」を中心とする「ネット右派論壇」の活動が盛んに行われていた。その背景には冷戦の終結、そして昭和から平成への改元という大きな動きの中で、一方には市民主義の盛り上がりという状況が、他方にはそれに対抗するものとして、日本会議や「つくる会」による「国民運動」の広がりという状況があり、さらに一部の新右翼から派生したネオナチ勢力の成立など、右翼・民族派の運動の変容という状況があった。

つまり「ネット右派」という存在は、冷戦の終結と昭和の終焉という大きな動きの中で、当時の「リベラル」「保守」「右翼」がそれぞれの道を探る過程で、そこから生じた複雑な化学反応の一つの結果として産み落とされたものだったと見ることができる。しかもそれはネットメディアの勃興、そしてオタク文化の深化という、メディアとサブカルチャーをめぐる状況の変化と密接に連動したものだだった。

昨今、欧米ではいわゆる“alt-right”など、やはりネットを拠点とする新たな右派勢力の伸張が問題となっている。日本のネット右派も、一面ではポスト冷戦期のグローバルな現象の一つとしてそれらと同列に位置付けられるだろう。しかし一方でそこには、明治以来の保守と右翼との独特の関係、いわゆる戦後民主主義をめぐる議論、さらにサブカルチャーの独自の発展など、日本固有の状況が深く関わっている。

そこでこのワークショップでは、ネット右派という存在に多角的にアプローチすることにより、ネット文化の右傾化という現象の淵源にあるものを探ってみたい。

問題提起者の伊藤は、ネット文化と社会運動との関係についてさまざまな論点から研究を続けてきた。主として歴史社会的・言説分析的なアプローチにより、ネット右派の言説を「嫌韓」「反リベラル市民」「歴史修正主義」「排外主義」「反マスメディア」などのア

ジェンダに、さらにその運動の担い手を「バックラッシュ保守」「サブカル保守」「ネオナチ極右」「ビジネス保守」などのクラスタに分けた上で、それぞれのアジェンダがそれぞれのクラスタによっていかに提起されてきたのか、それによってネット右派という存在がいかに形作られてきたのかを明らかにする。

討論者の辻は、コミュニケーション研究の見地から、この問題に関して早くから先鋭的な研究を続けてきた。主として計量分析的なアプローチにより、ネット右派という存在の実態を実証的に明らかにするとともに、総合的な見地から討議する。

これまでの、そして今後のネットワーク社会のあり方を考える上で、この問題は避けて通ることのできないものだろう。しかしメディア研究の領域では、この点がこれまで十分に検討されてきたとは言い難い。このワークショップがそうした状況に一石を投じ、ネットワーク社会のあり方を考えるための新たな契機となることを期待したい。

ワークショップ 10

観光理論を再考する — 疑似イベントから聖地巡礼まで —

司 会 者：村田 麻里子（関西大学）

問題提起者：岡本 健（奈良県立大学）

（企画：理論研究部会・企画委員会共同企画）

【キーワード】 観光、疑似イベント、ホスト・ゲスト、聖地巡礼、コンテンツツーリズム

現代の観光に最初に批判的な考察をくわえたのは、ダニエル・ブーアスティンの『幻影の時代 (The Image)』だった。彼は、「幻影の代表的事例」として、能動的な旅行者 (traveler) から受動的な観光客 (tourist) への変化を指摘した。観光客は飛行機、列車、ホテルの中に隔離される。彼らは同様に観光地の文化からも隔離される。今日では、観光客はその土地にある自然発生的で「リアル」な文化を体験するのではなく、観光客用に作られた「疑似イベント」を体験するにすぎないと論じた。

その後、こうしたブーアスティンの見方に対する批判・修正の形を取りながら、観光理論は発展を遂げていく。とりわけディーン・マキャーネルは、アーヴィング・ゴフマンのドラマツルギーの概念を用いて、観光客はそれぞれに本物＝真正性を求めており、その結果、彼らの侵入から身を守ろうとするホスト側とのせめぎあいのなかで「舞台化された真正性」 (staged authenticity) が創出されると論じた。すなわちブーアスティンが疑似イベントと一蹴するものは、観光の社会関係に由来し、社会的に構築されるものであると反論したのである。

一方ジョン・アーリは、真正性の議論を観光編成の基底と考えることに異を唱え、むしろ観光をつくりだす観光客の「まなざし」の在り方に焦点化した。フーコーの医学的まなざしと同様に、それは社会的に構築され、制度化されたモノの「見方」であり、それが観光地の社会や経済、労働や建造物に対して影響を与える。また、観光のまなざしは、映画・テレビ・写真といったメディアが生成する記号を通して構築されることも指摘した。

しかし、ブーアスティンの意味においてリアルとイメージの関係が転倒するような、過剰にメディア化された観光は、現代において、むしろ観光の主流となりつつある。たとえば「アニメ聖地巡礼」や「コンテンツツーリズム」と呼ばれる観光では、無名の土地が、アニメやドラマ等メディア作品の舞台として取り上げられることで「観光地」となり、作品と重ねて場所を消費するような受容を生み出された。さらに、これらの現代観光に特徴的なことは、これまでの観光理論で長らく前提とされてきたホスト・ゲスト（ヴァーレン・スミス）の二項対立的な関係では、もはや説明しきれなくなっていることだ。かわりに、現代の観光空間はメディア制作者、企業、行政、地域住民などの様々なアクターと、その多層的なせめぎあいによって決定する。さらに、ゲストが「観光地」に赴く前後や、現地から、インターネット上でコミュニケーションをとる、現地には不在のアクターたちと、彼らの提供する膨大なメディア情報によっても成立している。岡本健は、こうした新しい観光空間をつぶさに観察・分析し、ホスト・ゲストの関係は必ずしも緊張関係にあるわけではないこと、むしろゲスト側も参画して観光を作り上げるような文化が育っていることを指摘する。

そこで、本セッションでは、岡本氏を迎え、このような現代の新しい観光の意義や課題について問題提起していただく。今年9月に上梓される『アニメ聖地巡礼の観光社会学—コンテンツツーリズムのメディア・コミュニケーション分析』（法律文化社）で展開される新たな知見も加えながら、最近の聖地巡礼やコンテンツツーリズムの展開と、それらと古典的な観光理論との接続や相克について、様々な角度から議論していきたい。

ヘイトスピーチの現状と法規制の問題

司会者：藤森研（専修大学）

問題提起者：石橋学（神奈川新聞）

討論者：別所直哉（ヤフー）

（メディア倫理法制研究部会・企画委員会共催企画）

【キーワード】ヘイトスピーチ、名誉毀損、表現の自由、プロバイダー規制

日本は、日本語の壁に守られていることもあってか欧米ほどフェイクニュース対策が喫緊の仮題となっているわけではないように見えるが、在日韓国朝鮮人をターゲットにネット上を中心に、根拠なき誹謗中傷、ヘイトスピーチがあふれている。

立法面では、2016年5月に、いわゆるヘイトスピーチ対策法（本邦外出身者に対する不当な差別的言動の解消に向けた取組の推進に関する法律）が成立、自治体レベルでは大阪府が同年7月に「大阪市ヘイトスピーチへの対処に関する条例」が全面施行され、川崎、名古屋市などでも施行が検討されている。

ヘイトスピーチは、国際法規範でも許されるものではないが、表現の自由との関係で、どのような表現を、誰がどのような基準で認定するのかは極めて難しい判断が求められ、法や条例でも事前の規制には慎重である。一方、いったんヘイトスピーチが発せられれば人権が著しく侵害される。特に、ネットで容易に情報が拡散し、拡散した情報は残り続けるので、被害はいっそう深刻になっている。

ネット上のヘイト表現をめぐるのは、プラットフォーム事業者が自主的な基準を設けて、表現の削除や表現者への注意喚起を行っているが、削除基準が不透明との声も出されている（8月7日付産経新聞「保守系動画相次ぎ停止 投稿者ら『削除基準不透明』批判』）。ヘイト表現に限られるわけではないが、プラットフォーム事業者は、掲載されている表現にどこまで責任を負うべきかという問題もある。

これらの問題について、継続的に取材を続けてきた石橋氏に問題提起をいただくと共に、プロバイダーの立場からこれらの問題に対応をされてきた別所会員に、討論者に加わっていただき、その実情を紹介いただきながら議論を進めていきたい。

社会的な分断を招きかねないヘイトスピーチにどのように対応するのか。①ヘイトスピーチを法規制することの是非と規制する場合の態様、②ネット事業者（プラットフォーム、プロバイダー、通信事業者）の責任（法的側面と倫理的側面）とどのような対応が可能なのか、③規制はヘイトスピーチ限って許容されるのか、名誉棄損など人格権侵害との差異は何か、（幅が広がりすぎるが、選挙演説でのヘイトスピーチは規制できるのか）などの問題を考えたい。

Workshop 12

Evaluating the Internationalization of Media and Communication Studies in Japan

Moderator: Takesato WATANABE, Doshisha University

Presenter: Gabriele HADL, Kwansai Gakuin University

Presenter: Makoto SAKAI, Bunkyo University

Discussant : Seongbin HWANG, Rikkyo University

(Planned by International Committee)

【Keywords】 Media and Communication Studies, International ization of Research, Asian Journal of Journalism and Media Studies, IAMCR, ICA

At JSSJMC we have used Japanese almost exclusively for presentations and operating the organization. Recently, however, demand is increasing for presenting Japan-based research abroad, foreign researchers are increasingly participating in JSSJMC and Japanese researchers are involved in international professional networking. In this workshop we will explore how to respond to these challenges.

メディア・コミュニケーション研究の国際化 ー日本からの発信とその課題ー

司 会 者：渡辺武達（同志社大学）

問題提起者：ガブリエレ・ハード（関西学院大学）

問題提起者：酒 井 信（文教大学）

討 論 者：黄 盛 彬（立教大学）

（企画：国際委員会）

（使用言語：英 語）

【キーワード】 メディア・コミュニケーション学、研究の国際化、英文ジャーナル、International Association for Media and Communication Research、International Communication Association

創設以来、日本マス・コミュニケーション学会（JSSJMC）では発表言語は原則として日本語であった。しかし日本からの国際的発信力の強化、外国人研究者・留学生等への便宜供与、などの要請が強くなってきている。今回、そうした諸般の事情、要請に学会員だけではなく、諸外国の関連学会からの要請にも具体的に応えていくための試みとして本ワークショップを企画した。

ガブリエレ・ハード会員からは、日本の学会と海外の学会との積極的な交流の必要性に

ついてあらためて提起がなされ、自らの経験と知見から具体的な活動報告と提案が行われる。例えば、東京大学とリーズ大学の共催によるシンポジウムや10カ国以上の共同執筆者が貢献した学術誌の特集、通訳付きの学会、英語を母国語としない学者（non-native English speakers）による英語を使用した環境コミュニケーション分野における交流について紹介される。これらの経験をふまえて、日本をベースにした研究の世界的な役割の重要性が提唱される。

また、酒井信会員からは、Media Studiesに関連する国際学会の現状について、自己の活動内容を踏まえた報告を行い、所見が述べられる。加えて、英文雑誌 Asian Journal of Journalism and Media Studies の第2号編集長として、Call For Papers や Instructions 等の整備や編集プロセスについて報告を行う。さらに、スーパーグローバル大学創生支援事業以後の日本のメディア教育・研究のあり方についても所見を述べ、参加者と共に議論を行う。

ふたつの問題提起を受けて黄盛彬会員は、日本の研究者がグローバルな場面で活躍するための戦略的かつ実践的な要件について整理を試みる。

以上、異なる背景を持つ3人の登壇者がそろふことで、欧米水準の研究・教育のキャッチアップにとどまらない様々な課題のあぶり出しができると考えている。通常のワークショップよりも登壇者は多いが、その分、進行にあたっては参加者の自由な議論と情報交換の促進に努めたい。

なお、本ワークショップでは英語による討論を試みる。日本の他のジャーナリズム・メディア・情報・コミュニケーション等の関連学会では英語のみで運用される発表の場が用意されてきている。それに対して前述のように、これまで本学会はほとんど日本語のみの活動に終始してきた。現状のままでは海外からの研究者や留学生の発表を増やすことはおろか、国際的活動が問われるなか若手会員数の減少等を招きかねない危惧がある。そうした状況認識の上に、本学会が現在の日本が求められている国際化ニーズにも応え、まずはこうした英語による諸活動を増やしていくことが肝要と考える。

Ⅱ. 2018 年度秋季研究発表会参加申し込みのご案内

1. 研究発表会参加申し込みのご案内

参加予定の会員各位におかれましては、同封の郵便「払込取扱票」を使って、事前に参加費などを払い込んでいただきますようお願いいたします。また、研究発表会で発表者、問題提起者、討論者、司会者を担当される会員も必ず事前に参加費などを払い込んでいただき、受付を済まされるようお願いいたします。

参加費・懇親会費は、**10月12日(金)までに**払い込んでいただきますようお願いいたします。当日申し込みの場合や非会員の方は、参加費が次のようになりますので、ご承知おきください。

会 員 (事前申込) : 3,000 円

会 員 (当日申込) : 4,000 円

非会員 : 4,000 円

※ 同封の「払込取扱票」の参加費の欄に印をつけた上、参加費を払い込んでください。

2. 昼食のご案内

- ・学内の学生食堂 (3号館1階) が利用できます。
- ・学内に1カ所、コンビニがあります。
- ・キャンパス外、駒沢大学駅周辺にも飲食店があります (徒歩5~10分)

3. 懇親会のご案内

多くの会員がさらに親睦を深める場として、懇親会を開催いたします。

*懇親会参加者は必ず事前にお申し込みください。

日 時 : 2018年10月20日(土) 17:15~19:15

場 所 : 3号館種月館1階食堂 (Kitchen 駒膳)

会 費 : 一般会員 6,000円 (当日 7,000円)

院生会員 4,000円 (当日 5,000円)

院生の登壇者は懇親会費用無料。該当の方は払込取扱票の0円の欄に印をつけてください。

※同封の「払込取扱票」の懇親会の欄に印をつけた上、懇親会費を払い込んでください。

4. 託児ルーム開設のご案内

子どもの託児ルームを開設します。メール予約の後にお送りする「託児利用規約」を参照し、ご理解・ご同意の上のうえ、お申込みください。

対象日時：2018年10月20日（土） 9：30-19：30

最低催行人数：1名

対象年齢：0歳（生後6ヵ月）～小学校6年生まで

場 所：駒澤大学構内 ※ セキュリティ確保のため、お申込者のみにご案内します。

委 託 先：ピジョンハーツ株式会社 (<http://www.pigeonhearts.co.jp/biz/service/event.html>)
公益社団法人 全国保育サービス協会（ACSA）正会員

料 金：2,000円 ※ オムツ、昼食などの用意はありません。

メールで予約の上、「託児申込書及び同意書」を提出（送信）した後に、同封の郵便「払込取扱票」を使って、10月12日（金）までに払い込んでください。
※下記の方法で申込をしないまま料金だけ振り込まれた場合の、当日の託児は受付できません。

申込方法：①企画委員会（kikaku.mscom@gmail.com）までメールにてお申し込みください。その際に、託児希望人数と年齢（月齢）をお知らせください。

②企画委員会でメールを受信した後、「利用規約」「託児申込書及び同意書」をお送りします。「利用規約」をご確認いただき、「託児申込書及び同意書」へご記入・捺印の上、PDFファイルにて保存の上、メールに添付して企画委員会までご返信ください。もし1週間経過してもメールが届かない場合には、再送してください。

※「託児申込書」の原本は、当日託児ルームまでお持ちください。

予約締切日：メールでの予約締切日は2018年10月1日（月）です。

保 險：不測の事故に対応するために、ピジョンハーツが保険に加入しており、保険適用範囲で補償いたします。日本マス・コミュニケーション学会および大会事務局、企画委員会、大会開催校は事故の責任を負わないことを申し添えます。

■ 参加費、懇親会費、託児ルーム利用費に関する注意事項

- 払い込んでいただいた費用は、原則として払い戻しをいたしません。
- 確認する必要がある場合がありますので、払い込みの際に郵便局から渡される「払込票兼受領書」を会場にご持参ください。（学会事務局で払い込みの事実が確認できない場合、費用を改めてお支払いいただくこともあります。）